

Digitized by the Internet Archive in 2022 with funding from University of Toronto





National Farm Products
Council

CA |
DB 35

Conseil national des produits agricoles

Government Publications

NATIONAL FARM PRODUCTS

1998 ANNUAL REVIEW

Canada

MISSION

To ensure that the national supply management of farm products works in the balanced interests of all stakeholders — from producers to consumers.

MANDATE

To advise the Minister of Agriculture and Agri-Food on all matters relating to the agencies established under the Act, with a view to maintaining and promoting an efficient and competitive agriculture industry.

To review the operations of the marketing agencies to ensure that they meet their objectives as set out in the legislation.

To work with the agencies in promoting more effective marketing of farm products in interprovincial and export trade.

To work with promotion-research agencies in connection with primary production research and the promotion of regulated farm products.

LETTER TO THE MINISTER

The Honourable Lyle Vanclief, P.C., M.P. Minister of Agriculture and Agri-Food Ottawa, Ontario

Dear Minister,

I am pleased to present the National Farm Products Council's Annual Review, which covers the period from my appointment as Chairperson in May 1997 until the end of the 1998 calendar year. This report highlights the Council's activities, strategic priorities and legislative responsibilities. It also includes an overview of the national marketing Agencies and key developments in their respective sectors.

In the past year-and-a-half, Council's relations and involvement with government and industry stakeholders reached new levels of cooperation. More open sharing of views and information, coupled with the development and strengthening of partnerships and collaborative initiatives, have yielded positive results. For example, Council worked with officials of the Northwest Territories to initiate the steps that will bring the NWT into the national egg marketing system; with supervisory boards in preparing the recommendation to renew the Federal-Provincial Agreements; with various industry partners to help them reach agreement on quota and policy issues; and with key stakeholders in organizing a national profitability workshop and the third Poultry Meat Outlook Conference.

Council will continue to serve the poultry and egg industry in its role as facilitator and advisor, and to initiate and support activities that help promote more effective marketing of poultry and egg products in interprovincial and export trade. We are committed to ensuring that the industry continues to be an economically viable component of Canada's agri-food sector, within the framework of an evolving and adaptable orderly marketing system.

Sincerely.

Cynthia Currie



Canada Building, 10th Floor, 344 Slater Street, Ottawa, Ontario KIR 7Y3

Phone: (613) 995-6752 Fax: (613) 995-2097

Web site: http://www.nfpc-cnpa.gc.ca e-mail: nfpcweb@em.agr.ca

© Minister of Public Works and Government Services Canada, 1999

Cat. No. A99-2/1998 ISBN 0-662-64057-8



TABLE OF CONTENTS

CHAIRPERSON'S MESSAGE	3
BUSINESS OF COUNCIL	
Appointments	8
Member Profiles	9
Renewal of Federal-Provincial Agreements	10
Inclusion of the Northwest Territories into the National Egg Marketing System	12
Cost of Production Guidelines	14
Report on the National Marketing Agencies	16
PARTNERSHIPS/OUTREACH	
Growing the Industry Profitably Workshop	22
Strategic Planning Workshop	22
Poultry Meat Outlook Conference	24
Trade Policy and Export Market Development	24
Team Canada Inc.	24
Trade Visits	24
International Egg Commission Meeting	24
COMMUNICATIONS	
Communications Strategy	26
Initiatives	26
ADMINISTRATION	
Relocation	30
Staff	30
Management Processes	30
Administrative Guidelines	31
Agricultural Products Marketing Act	31



CHAIRPERSON'S

The New Face of Council

The part Paramote have been presented as the control of the contro

notice. Conseil the administrational massers and above to be received to the control of the smaller and an element to the control of the smaller and an element to the control of the smaller and a control of the smaller



Council Members, back row (from l.-r.):
David Coburn, Michel Veillette, John (Sandy)
McCurrach, Paul Ouellette, Ron O'Connor.
Front row (from l.-r.): Anne Chong Hill, Vice-Chairperson Linda Boxall, Chairperson Cynthia Currie, Executive Member Raymond Cloutier.

CHAIRPERSON'S MESSAGE

Our agenda has been highly charged, with the full Council meeting approximately every six weeks in Ottawa,

One of the major tasks Council set for itself in 1998 was to convene a national workshop under the theme

The late to the decrease of the late of th

The state of the s

evolution of a dynamic, healthy poultry industry.

Indicate project. To this end to an electrical management of the first of the first

In otherwise support that work of Lamin L. a maintain of intents administrative and operational contents and implemental formed the intentional guide real in Sanahoral. Quelet in May 1700-101 and the patients of a formed the intentional guide real in Sanahoral guide in May 1700-101 and the real pumping a compensate content for the fall Content of the fall con

Council also accomplished the following tasks throughout the year:

- As required makes its manuface, consist must be engone, administration of the doctribliand Photone's Manuface for
- Served as a menalest of the point booking committee of the vision of Association of Association Supervisors (Association) and Association Supervisors (Association) and Committee of the Vision of Association (Association) and Committee of Association (Association) and Comm
- Constructor are appropriate with the front manual of the Northwest Production of the Open Archering and the Construction of the Northwest Production of the Construction of the Construc

- It is produce with provident and approve region of an equival. In the brings, from make all and proceeding and according to the product and according to the product and according to the product and the product
- Its real angles of the same interview of the second of t
- against the Canadian Turkey Marketing Agency with respect to the Agency's revision of its Export Policy.
- And are nowned if non-ordered property portablely, a which some two bridgest representative gathered to
 the real of an area or to the problem and the account distributed a collow-up report to work nop
 participants.
- Played a Local on the among the Bord among Parities Aless contactly conference in Xivorniag, 1960.

When Sective means that does not be about 1 to a construct which the design of the des



APPOINTMENTS

Mode a main Antenna form Produce control are appointed by the part date and all are avolved in the part of the Council and Antenna form and Antenna form and the council and an area of the expersed.

Within the part of the Council and the council and the standard of the council and the part of the council and the coun

to 1 forms and soon in fully of 1900. From the most and presented oversation of atoms for the new condition to a relation to a relation of the most and the positive indicates and on these roles and the possibilities as a relation to the source of the sou

The first of the particular of



Cynthla Currie



Linda Boxall



Anne Chong Hill



Raymond Cloutier



David Coburn



John A. (Sandy) McCurrach



Ron O'Connor



Paul Ouellette



Michel Veillette

Cynthia Currie, Chairperson

Tenure: March 1997- March 31, 2002
Cynthia Currie is a native of Georgetown,
Guyana. Prior to her appointment as Council
Chairperson, she was General Manager of the
Canadian Chicken Marketing Agency (now
known as the Chicken Farmers of Canada).
She also served as a member of the Canadian
Agrifood Marketing Council and the
Agriculture, Food and Beverage Sectorial
Advisory Group on International Trade.

Linda Boxall, Vice-Chairperson

Tenure: As member, July 1994; as Vice-Chairperson, May 1997- July 1999
Linda Boxall was born and raised in Regina,
Saskatchewan, and she owns and operates a
grain farm in that province. She is also
President of Sunshine International, L.B. Café
Inc., and VIP Special Event Catering.

Anne Chong Hill, Member

Tenure: June 1998- June 2001

Anne Chong Hill was born in Brunei. An award-winning entrepreneur, she is cofounder and partner of Global Gourmet Foods Inc. She has organized several major food promotions in China and recently launched a new fast-food kiosk business in Bejing.

Raymond Cloutier, Member

Tenure: June 1998 - June 2001
Raymond Cloutier is from Ste. Foy, Québec, and served for many years as Director of Trade Policy for the Québec Ministry of Agriculture, Fisheries and Food. In 1997, he was decorated as Commandeur de l'Ordre du mérite agricole, with mention of Très grand mérite spécial.

David Coburn, Member

Tenure: January 1998 - January 2001
David Coburn is a native and resident of
Keswick, New Brunswick.. He is manager of
W.B. Coburn & Sons, a sixth-generation family
farm. A past-president of the New Brunswick
Federation of Agriculture, he received the
1995 Outstanding Young Farmers of Atlantic
Canada award.

John A. (Sandy) McCurrach, Member

Tenure: June 1998- June 2001
Sandy McCurrach, from New Westminster,
B.C., is owner and President of Purity Feed Co.
Ltd., and owner and manager of Jamieson
Creek Ranch, in Kamloops, B.C. He is a former
turkey producer and past executive member
of several agri-food organizations.

Ron O'Connor, Member

Tenure: January 1998 - January 2001 Ron O'Connor is from Dublin, Ontario. He owns and operates Irm-Ron Farms Ltd. He has been involved with the Chicken Farmers of Ontario (CFO) since 1988, and served as CFO Chairman in 1996-97.

Paul Ouellette, Member

Paul Ouellette, a native of Marieville, Québec, is founder and partner of several poultry distribution businesses. He is past-president of the Canadian Poultry and Egg Processors' Council and a past-president and long-serving former member of the Association des abattoirs avicoles du Québec.

Michel Veillette, Member

Tenure: January 1997 - January 2003
Michel Veillette, a native of St. Maurice,
Québec, served as a Member of Parliament
from May 1979 to September 1984, and was
also Parliamentary Secretary to the Minister of
Consumer and Corporate Affairs. He is a pastpresident of Froma-Dar Inc., a manufacturer
and distributor of specialty cheeses, and is a
former vice-president of a dairy company.

the distribution of the second of the second

The shortest of the state of th

The state of the first term of the first term of the state of the stat

- Hardin FPAs were enquired tree thereoly operate the applicant angeometra extense of the four universal Agencies.
- In the lang grown as another of apack to skow the mattern expenses more flex follows: to changing market conditions.

- To support the work plan of the supervisory bodies for developing new Agreement structures, with the understanding that not all the poultry and egg Agencies were ready to begin the revision process immediately.
- To consult Agency stakeholders during the process, and to examine the impacts of the proposals before giving their final approval.
- That the ministers be provided with progress reports on this initiative, which was to be completed by December 31, 1999, on the basis of the recommended work plan.

NAASA's proposed new approach involved decoupling the existing Agreements, so that the statutory responsibilities of ministers would be separate from the operational elements of implementing and administering the federal marketing plan. With a less cumbersome amendment process, Agencies could implement the marketing plan more effectively.

Under this proposal, NAASA and Agency-led working groups were to develop the new agreements. As the steering group, the NAASA would develop FPAs, oversee the tasks of the

working groups, and deliver progress reports to the federal minister. The Agencies would develop Operating Agreements for their respective sectors, with the participation of industry stakeholders.

On November 16, NAASA members met individually with each Agency, the Canadian Poultry and Egg Processors' Council and the Further Poultry Processors' Association of Canada to discuss FPA renewal. Although none of the Agency working groups had met at that point, NAASA was satisfied with their start-up time frames.



11

OF THE NWT INTO THE NATIONAL EGG MARKETING SYSTEM

marketing when and the lack of agreement follower the Canadian Kog Marketing Agree (CRMA) and the NWY or under the Crown allocates. The resulted in company had action between additional SWY produces and the CRMA, and T. Die Town appropriate lower course the company the KWY unrestrated accordance to the regulate lace and the course of the Crown and the town course the course of the Crown and the town course the course of the Crown and the town course the course of the Crown and the town course the course of the Crown and the Crow

of the CEAN, with an entry level qualst allocation in 2.77% and otherwise or 175,000 Livery. EMA undownship of the CEAN, with an entry level qualst allocation in 2.77% and otherwise or 175,000 Livery. EMA undownship over most or point ob. A Memory adapte of another standing (MOC) arising not the nearest or premiors for bringing the VW contribet contents of the way are not a Percent and again to all provides all parameters by Anne 2.70%, an action between their premiors in such a last free provided, shall an analysis to the Providence of Advance and a said the logal proposed or the SWT opto the system was under way.

another of the NWT merceiles plan and marketing regulations, installing the establishment of a previous commodal, occurs, a a presonalism to memory the CTMA's Procuminton to include the NWT. The process was completed white October 1901. Arthursteen the results a appear the NWT will become a full member of the Agoncy awards 1900.



COST OF PRODUCTION

COP surveys and in updating cost of production formulae (COPF).

The fellicities of the first of

The second by the model of the second of the

al average costs of production, and should not exclude a portion of the higher-cost producers.

The process of the control of the co

The COP Steering Committee was made up of representatives from the Council, with regional representation from the provincial supervisory boards (West, Ontario, Quebec and Atlantic). The first meeting in September 1997 resulted in clarification of the roles played by the COPF, the need for COP guidelines, and a first cut of the draft revised guidelines.

Copies of the first draft were circulated for comment to all Agencies and provincial commodity and supervisory boards, to the Canadian Poultry and Egg Processors' Council (CPEPC), and the Further Poultry Processors' Association of Canada (FPPAC). The Steering Committee met with the CPEPC and the four Agencies in December to receive their initial input (FPPAC declined to participate). The Agencies identified three areas of concern:

 The use of an efficiency factor to determine that segment of the sample which would determine component costs;

- The suggested proxy for use in determining remuneration for management labour, and
- The rate of return proposed for use in quantifying the return on investment component.

The second draft of the guidelines took into account, where possible, the input of the Agencies and the CPEPC. The revised document was circulated for comments and the parties met again in April 1998 to receive feedback and to begin preparing the final draft document. A final draft version was completed and sent to all provincial supervisory boards in early May.

Consideration for approval by NAASA members was delayed over the summer, pending consultation with provincial commodity boards and comments on the final draft from the Agencies. In a teleconference call on September 14, 1998, a majority of NAASA members declined to approve the final draft

COP guidelines as a result of differences on how they should be applied. The preferred approach was for the guidelines to be applied on a province-by-province basis.

On October 29, 1998, Council adopted the COP guidelines as drafted by the Steering Committee. Council communicated this decision to the Agencies, noting that it expected the guidelines to be adhered to when Agencies undertake COP studies.

Although Council is under no legislative obligation to issue COP guidelines, their development is consistent with Council's mandate to further the promotion of a strong, efficient and competitive industry. When approval of a COPF is sought, Council has a responsibility to ensure that its expectations are clearly articulated, and believes that this is best accomplished by issuing guidelines which prescribe the terms and conditions under which a COPF would be assessed.



ON THE NATIONAL MARKETING AGENCIES

Agency Profile

Created in 1978, Chicken Farmers of
Canada (CFC) is a national organization whose
mandate is to ensure that its 2,800 members
produce enough chicken to meet the needs
of the marketplace. CFC's 14-member Board
of Directors includes representatives from all
10 provincial commodity boards (although
B.C. sits on the board, it is not currently a
member), two chicken processors from the
Canadian Poultry and Egg Processors' Council,
and one representative each from the Further
Poultry Processors' Association of Canada and
the Canadian Restaurant and Foodservices
Association.

National Allocation Agreement

In 1997, in an effort to increase the chicken industry's market responsiveness, CFC undertook to develop a new National Allocation Agreement (NAA). Following extensive consultations, the new agreement for chicken was signed in Ottawa on March 25, 1998, replacing the previous National Allocation and Pricing Agreement (NAPA). Signatories to the agreement included the 10 provincial chicken

boards and the Chairman of the CFC. The four non-producer members are not signatories to the agreement.

In her brief address at the signing ceremony, Council Chairperson Cynthia Currie congratulated the signatories for their efforts in reaching this milestone, and assured them that Council will work collaboratively with industry to ensure its continued success.

The NAA came into effect on June 7, 1998, and will expire on December 31, 2003. Like its predecessor, the NAPA, the NAA is based on a "bottom up" supply management system, and contains safeguards and disciplines to ensure that the system functions responsibly.

Saskatchewan Files Complaint

In July 1998, Council received a complaint from the Saskatchewan signatories, challenging the decision by the CFC to decline the province's request for expansion under the Agency's exceptional circumstance clause of the NAA. Saskatchewan maintained that for its industry to survive, it needed an expansion of 2.7 million kilograms per cycle over a three-year period. The province proposed that the implementation occur in two phases to ensure an orderly expansion. The phase one expansion of 1.3 million kilograms would occur over four

periods beginning January 17, 1999. Phase two would start near the end of March 2000.

A Complaints Committee established by
Council conducted an inquiry on September
15. The Committee received submissions and
heard arguments by the Saskatchewan signatories, CFC, the Manitoba Chicken Producers'
Board, and l'Association des abattoirs
avicoles du Québec Inc. The Committee's
report and recommendations to Council noted
that misunderstandings and confusion in the
interpretations of the NAA, and events surrounding Saskatchewan's request, lead to
what could have been an avoidable appeal.
The Committee encouraged the parties to set
appropriate definitions and criteria for all
terms in the NAA. It also recommended that:

- The parties meet, in a timely fashion, to try to reach an amicable agreement, and
- The parties seek to reach agreement prior to setting provincial quota allocations for Period A-24.

On October 30, a special directors' meeting of CFC members approved an expansion plan, permitting Saskatchewan to increase its growth between 15 and 25 per cent per year, over a four-year period.

71100-10

Agency Profile

The Canadian Turkey Marketing Agency (CTMA) is a national marketing agency whose Board of Directors includes representatives from eight member provincial commodity boards (Newfoundland and Prince Edward Island, where there is little turkey production, are not members), two representatives from the Canadian Poultry and Egg Processors' Council, and one from the Further Poultry Processors' Association of Canada.

Complaint Against Turkey Export Policy

In November 1997, Council received a complaint concerning the CTMA's decisions to revise the regrow coefficients in its Export Policy. The complaint was launched by Cold Springs Farm Ltd., the Ontario Turkey Producers' Marketing Board, the Ontario Poultry Processors' Association and M.D. Poultry Meats Inc.

The complainants charged that the revisions would cripple Ontario turkey meat exports and be detrimental to Ontario's processors. Cold Springs Farm asked that the decision be set aside or, alternatively, that a longer implementation period be applied.

The CTMA's export policy was developed in the 1980s to promote the development of export markets, and to strengthen the domestic market by removing less desirable dark meat surplus and increasing the supply of white meat. To ensure that the domestic market is not shorted, the export policy provides for "regrow credits" which permit additional product to be grown. These credits are based on coefficients applied against a specific product exported.

The Agency decided to re-examine its export policy because of concerns that the regrow credits were too generous, resulting in an



oversupply of turkey on the Canadian market. Although there was general industry support for change, there were nevertheless strong objections by some companies.

At the request of Cold Springs Farm Ltd.,
Council facilitated a meeting between the
CTMA and the company in September 1997.
Following the meeting, the Agency instructed
its Export Committee to review the policy and
to make a recommendation to CTMA directors.

In November 1997, the Agency reviewed and implemented the Export Committee's recommendations to modify the previous implementation process, and to undertake an independent analysis to study the policy's effect on exports and regrow for the domestic market. The complainants were satisfied with the CTMA's decision, and subsequently withdrew their notices.

Turkey Marketing Campaign

In a concerted effort to increase consumption of turkey, the Canadian turkey industry initiated two programs in the past year. The first involved a joint effort by the CTMA and the Canadian Poultry and Egg Processors' Council (CPEPC) to develop and fund an aggressive generic marketing program, whose goal is to increase per capita consumption of turkey by 50 per cent over the next five years (from 4.2 kg to 6.3 kg).

The marketing campaign will be launched in the Spring of 1999, beginning with television commercials, followed by full-colour ads in magazines and radio commercials. In order for this program to be launched, Council priorapproved a new CTMA levy order, permitting the Agency to impose a levy of one-half cent per kilogram live weight on turkey processors.

The second program resulted from a decision by McDonald's Restaurants to test-market

a new turkey product from November 25 to December 25, 1997. The product manufacturer, Cuddy Food Products of London, Ontario, announced that McDonald's product promotion would initially be concentrated in its western region outlets. Although sales for various reasons did not reach expectations, Cuddy and McDonald's will continue to work together on this program.

116 (194)

Agency Profile

The Canadian Egg Marketing Agency (CEMA) was created in 1972 to manage the supply of eggs in Canada. CEMA's Board of Directors includes representatives from the 10 member provincial commodity boards, three representatives from the Canadian Poultry and Egg Processors' Council, and one from the Consumers' Association of Canada. The CEMA elects a chairperson each year from its membership.

Increase in Regulated Flocks

In December 1997, Council prior-approved an amendment to the CEMA's quota regulations to extend the current level of production for another year. This affected the number of regulated layers issued to the provinces, but not the total number of dozens in the quota.

Under existing quota regulations, producers with flocks below the provincial minimum flock size (100 layers in most provinces) are not required to be registered or to hold quota. However, the CEMA must take their production into consideration when establishing its quota.

In 1997, Statistics Canada reported a decline in the estimated number of dozens produced by unregistered flocks in almost all provinces, based on the most recent Census data. As the current quota order overestimated the actual number of dozens being produced, CEMA decided to allocate more regulated layers to the provinces, based on the decrease in their unregistered production. This adjustment increased the national regulated flock by 323,000 laying hens, producing an estimated 383,000 additional boxes of eggs for the domestic egg processing sector.

The existing Memorandum Of Understanding (MOU) on the administration of levies did not address who was responsible for covering the costs of removing these additional eggs as industrial product. CEMA determined that provinces accepting increased registered layers would absorb the costs, and amended its levies order accordingly. In December 1997, Council prior-approved the proposed amendments.

"Grow For" Processing

Increased demand for processed eggs on the domestic and export markets made clear the need for the CEMA to develop a comprehensive export policy. Council facilitated a meeting of the Manitoba, Ontario and Quebec egg boards and the supervisory boards in May 1998 to address any misunderstandings about proposed programs to meet the increasing demand for processed eggs. Subsequently, a decision was made to create a fast-track process to resolve the issue.

This fast-track process led to an agreement between the provinces to allocate an additional 430,000 hens in 1999 to meet current domestic demand. CEMA developed an export policy to allow for placement of an additional 919,000 hens to meet current and future export market needs. In October 1998, Council prior-approved amendments to CEMA's quota regulations and levies order to

reflect the Agency's export policy and to make the first issuance under this new "grow for" program. The allocation was equivalent to the production of 100,000 layers for the last two months of the year.

Agency Profile

Created in 1986, the Canadian Broiler Hatching Egg Marketing Agency (CBHEMA) manages the supply of broiler hatching eggs in Canada. The seven-member board of directors includes representatives from the five provincial commodity boards (Quebec, Ontario, Manitoba, Alberta and British Columbia), and two representatives appointed by the Governor-in-Council. The CBHEMA chair is elected each year from its membership.

Quota Increase

In November 1997 the Council priorapproved the Agency's proposed amendment to the quota regulations establishing the final 1997 allocation to the regulated provinces at 518,807,075 hatching eggs. This was based on an estimated chicken production level of 742.5 mkg, representing an increase of 2.7% over the preliminary allocation of March 1996, and an overall growth of 4.0% in chicken production over 1996.

In October 1998, the Council priorapproved the Agency's proposed amendment to its quota regulations to finalize the quota allocation for the year. This was based on a chicken demand of 792 mkg as recommended by the Agency's Advisory Committee, representing a growth of six per cent over the previous year.



In May 1998, Council prior-approved the Agency's proposed amendment to its quota regulations for 1999 at 549,235,813 hatching eggs. This represents a 3.1 per cent increase over the 1998 preliminary allocation for the regulated provinces, and reflects the increasing demand for chicken.

Quota Exchange Complaint

In November 1997, the Ontario Broiler Hatching Egg and Chick Commission filed a complaint with the Council against a CBHEMA decision with respect to its short-term quota exchange policy. This policy allows provinces to lease any unused portion of their full hatching egg quota to a province which has exceeded its own quota, thereby avoiding a 17.5 cents per hatching egg penalty. Quota lease agreements between provinces require the unanimous support of CBHEMA's Board of Directors.

The complaint was launched against

Manitoba for refusing to support a proposal

made to the Agency's Board of Directors for a

lease agreement between Ontario and Quebec. Manitoba's refusal in effect negated the agreement. Council delayed considering the issue until the end of February 1998, to allow the parties time to try to resolve it on their own. The differences were settled and the complaint was withdrawn. Council was encouraged that the industry players succeeded in working out the issue.



In the control of the develop a collaborative relationship with the four national Agencies it the wall of the develop a collaborative relationship with the four national Agencies it the wall of the wall of the annual management chain. In her speeches to the annual manag

11 (19 to 19 to 19

This industry-driven workshop, held in Toronto October 27-28, 1998 was convened by Council to explore ways to enhance industry profitability and competitiveness in the domestic and export markets. Some 100 poultry and egg industry representatives attended.

The workshop topics and format were shaped by a design team made up of industry producers and processors. Participants focused on three key topics: clarifying the supply management policy environment; driving out unnecessary costs; and expanding domestic and export markets.

In a mix of plenary and concurrent sessions, they identified the need for a clear and consistent government policy environment at both the federal and provincial levels, and for effective dispute resolution mechanisms.

There was support for a more coordinated and strategic approach to export market development. Participants also supported Council's role as a facilitator to help the

poultry and egg industry move forward as it sets a course for the future.

Council prepared a follow-up report which was circulated to all stakeholders, including the Honourable Lyle Vanclief, Minister of Agriculture and Agri-Food. The report outlines Council's commitment to action in several areas, and identifies priority action areas for industry.

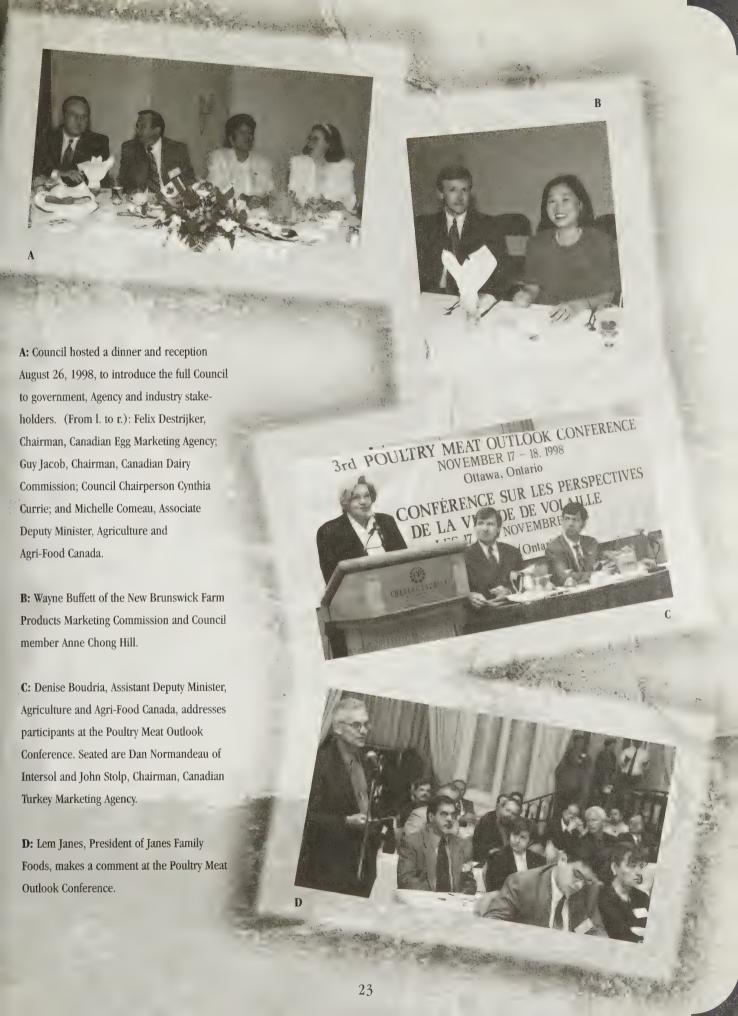
CONTRACTOR OF THE PARTY OF THE

Council gathered for two days in
Mississauga, Ontario, October 28-29, 1998,
to review strategic directions and priorities
for the next year, as a follow-up to an earlier
strategic planning session held in May in
Vaudreuil, Québec. Coming immediately
after the "Growing the Industry Profitably"
Workshop, the October strategic planning session provided an ideal opportunity to review
the messages heard from the poultry and egg
industry stakeholders, and to consider the
implications for Council business. Guest
speakers Mike Gifford, Canada's chief agricul-

tural trade negotiator, and Bill Merkin, former U.S. trade negotiator, presented their views on the global trade agenda and the implications for Canadian agriculture.

Members concluded that Council's leadership, facilitation, review and advisory roles are more important than ever to the success of the Canadian poultry and egg industries, given the rapid changes facing all sectors of Canadian agriculture. Six key areas for priority action were identified and have been incorporated into Council's work plan. They include:

- ensuring overall policy direction and stability
- exploring improved methods of dispute resolution
- developing coordinated and strategic approaches to export promotion
- undertaking benchmarking studies to promote greater cost efficiency
- facilitating trade policy discussions in preparation for the next round of WTO negotiations on agriculture, and
- encouraging the development of pricing mechanisms to promote product quality.



THE RESERVE OF THE PARTY OF THE

THE RESERVE OF THE PARTY OF THE

Council took a lead role in planning and organizing the third Poultry Meat Outlook Conference (PMOC), held November 17-18, 1998. The theme for this year's conference was "Shaping the Odds". The event drew some 150 representatives from every sector of the poultry meat industry in Canada, from farm gate to retail. The Steering Committee was pleased this year to see the participation of the egg industry and the hatchery sector.

Topics at this year's PMOC included the federal government's agri-food investment strategy, communicating the nature and consequences of environmental and public health risks, and current global and domestic economic trends.

One of Council's strategic aims is to be a credible source of information and advice on trade issues for the industry and for the Minister of Agriculture and Agri-Food. We continue to monitor trade-related developments and disseminate information to key stakeholders, as appropriate. A key objective is to encourage the development of an Export Marketing Strategy for the poultry industry.

In December 1998, Council met with industry stakeholders to discuss their trade policy objectives and to seek advice on the possibility of facilitating industry discussions to develop a cohesive trade position for the next round of WTO negotiations. In coming months, Council will provide information and advice to Agriculture and Agri-Food Canada as a negotiating position is developed.

With industry's expressed interest in expanding export markets, Council is planning an Export Strategy Workshop in 1999, in a format similar to that of the Profitability Workshop. In preparation for that, Council is urging industry to develop a strategy, including the possible creation of a "Canada Poultry International" to undertake generic export promotion.

200

Council became a member of Team Canada Inc., a federal trade promotion agency, in October 1998. Team Canada Inc., founded in 1997 through the joint efforts of the Department of Foreign Affairs and International Trade, Agriculture and Agri-Food Canada and Industry Canada, provides a single point of access for international business development services available from the federal government. Council is linked to Team Canada Inc.'s ExportSource web site (www.exportsource.gc.ca), which provides a wealth of trade-related information and links.

Council's membership in this organization should help to bring the poultry and egg industries into Team Canada Inc.'s corporate culture, and help them to develop their export market potential. Council events, such as the Export Workshop planned for 1999, will be promoted through the Team Canada Inc. network.

YORKO BILLI

The government-led Team Canada trade missions are good examples of successful joint initiatives between government and industry working to expand Canada's trade on export markets. Chairperson Cynthia Currie participated in an agri-food mission to Latin America, August 31-September 12, 1998. She traveled to China for the 20th anniversary Annual General Meeting and Policy Conference of the Canada-China Business Council in Beijing, November 18-20. While there, the Chairperson also attended the launch of a fast-food business, owned by Council member and agri-food entrepreneur Anne Chong Hill. Prime Minister Chrétien, who participated in the launch, held out Mrs. Chong Hill's venture as a role model to Canadian industry.

INTERNATIONAL EGG Commission (IEC) meeting

Vice-Chairperson Linda Boxall attended the September 1998 annual production and marketing conference of the IEC in Cape Town, South Africa. The Commission is made up of 32 member countries with delegates representing producers, processors, graders, breakers, governments, and equipment and service providers.

Canada and India were the only two member countries to report positive situations.

The U.S. called for the need to better balance supply and demand. The European Union is faced with over-production, excess imports, low prices and competition between eggs produced in commercial cage operations versus those produced under free range conditions.

In Europe, animal welfare has become a powerful political movement. This issue will require greater vigilance in Canada to ensure maintenance of a balanced perspective between animal welfare on one hand, and commercial farming on the other.



COMMUNICATIONS STRATEGY

to the above of building partnerships to help develop a more profitable industry.

Manager was appointed to coordinate and implement a broad range of activities.

IBIT/WWW.

Since then, the following initiatives have been undertaken:

- The month is a positive who is a straight to a soft position a content to a progressive, dynamic organization and in the product product the product includes a least organization or ordered unit a few shorts.

 All elements are tied by a common graphic design and colors.
- COCCS, a browookly new force one a marched to time to keep members, and a alkanolider, informed about Council
 to time and own a new message to be in all in recommendation and manney accompanion. The powelener is sent
 for the Council no man a Appendix maximal appreciate breaks and in influence and upstalmed arganizations.

- In October 1998, Council, along with other government agencies under the umbrella of Agriculture and Agri-Food Canada, participated in a Heritage Celebration exhibit on the grounds of the Central Experimental Farm. Members of Parliament and Senators visited the displays during their tour of the facilities. This served as an excellent venue for distributing Council's new information materials.
- At Council's open house on November 16, some 30 invited guests visited our new office quarters at 344 Slater Street and mingled with Council members. Guests included members of Minister Vanclief's staff, executives of the National Association of Agri-food Supervisory Agencies (NAASA), Agency officials, and industry representatives.
- Council's new web site was officially unveiled at the open house on November 16. The site will gradually be expanded to include an interactive component, which will provide a critical mass of knowledge about the industry and enable users to communicate interactively through this site. The expansion of the web site will be a key element in Council's communications strategy for 1999-2000.







RELOCATION

And the first teleding on all or the teleding of the first teleding of teleding of the first teleding of tel

VIALL

and Business Manager were completed by June 1998, bringing the number of staff to 16.

MANAGEMENT PROCESSES

On the Unit of a College of the college of the developing and anomaly mentioned process and not the state of the following and the state of the stat

The Council's work plan included revising and updating the by-laws and administrative guidelines. A new set of by-laws was introduced in November 1997. Council guidelines for hearing complaints were revised and circulated to all stakeholders in early 1998. Council staff also worked with the national

Council's guidelines for approving Agency levy and quota orders, and these were also circulated widely.

In 1996, Council was made responsible for the administration of the *Agricultural Products Marketing Act*, which is used by

approximately 85 commodity boards across Canada. The Act allows provinces to apply for delegation of federal authority over the regulation of inter-provincial and export trade. Council processes the requests for delegation orders and regulations, in conjunction with officials of Agriculture and Agri-Food Canada.



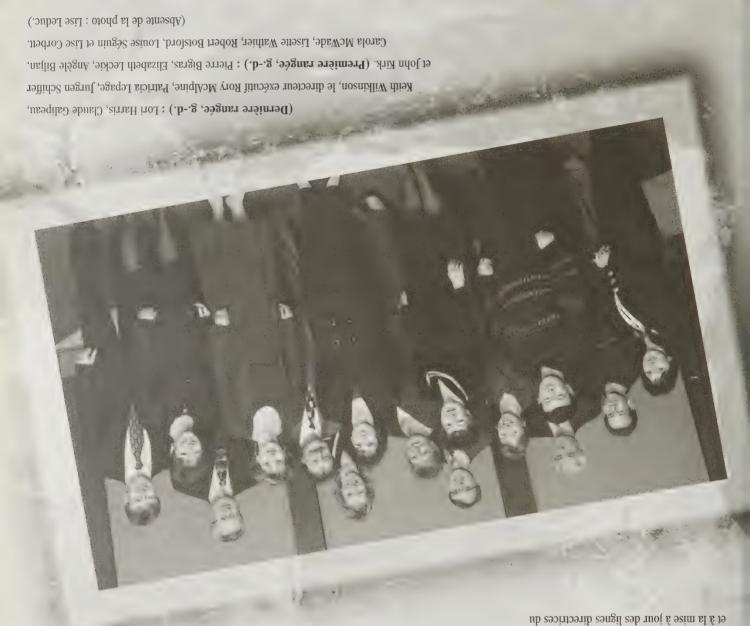




provinciaux de commercialisation d'un bout à l'autre du pays. Cette loi permet aux provinces de solliciter une délégation des compétences fédérales sur la réglementation des échanges interprovinciaux et des exportations. Le Conseil traite les demandes de règlements et d'ordonnance de délégation conjointement avec le personnel d'Agriculture et Agroalimentaire Canada.

Conseil relatives à l'approbation des ordonnances de prélèvement et de contingentement des offices, et ces documents ont également fait l'objet d'une large diffusion.

En 1996, le Conseil a été chargé de l'application de la Loi sur la commercialisation des produits agricoles, qu'utilisent quelque 85 offices Le plan de travail du Conseil prévoyait la révision et la mise à jour du règlement intérieur et des lignes directrices administratives. Un nouveau règlement intérieur a été adopté en novembre 1997. Les lignes directrices du Conseil relatives aux plaintes ont été révisées et distribuées à tous les intervenants au début de 1998. Le personnel du Conseil a également procédé conjointement avec les offices canadiens de commercialisation à l'examen canadiens de commercialisation à l'examen



STREET, STREET,

0155115

A succession of the control of the c

RESSOURCES HUMAINES

La présidente a passé en revue l'organisation des ressources humaines du Conseil et y a apporté divers changements. Ainsi, on a revu toutes les descriptions de poste existantes, on les a mis à jour à la lumière des diamperents. Ainsi, on a revu toutes les descriptions de poste existantes, on les a mis à jour à la lumière des diamperents.

secrétariat et des opérations ont pris fin en juin 1998, ce qui a porté l'effectif du Conseil à seize membres.

rapports budgétaires et effectué une vérification complète de nos capacités en matière de technologie de des stocks à la gestion des ressources humaines, a été évaluée pour assurer une exécution harmonieuse des

pérations quotidiennes du Conseil.





- le nouveau site web du Conseil a été
 officiellement dévoilé lors de cette journée
 sera élargi pour offrir une composante
 interactive, qui fournira une masse critique
 de renseignements sur l'industrie et permettra
 aux utilisateurs la communication interactive.
 L'expansion du site web sera un élément clé
 de la stratégie de communication du
 de la stratégie de communication du
 Conseil en 1999-2000.
- À la journée portes ouvertes tenue par le Conseil le 16 novembre, une trentaine d'invités ont visité nos nouveaux bureaux situés au 344, de la rue Slater, et ont pu ainsi rencontrer les membres du Conseil. Parmi les invités se trouvaient le personnel du ministre Vanclief, des dirigeants de l'Association nationale des régies agroalimentaires (ANBA), des cadres des agroalimentaires (ANBA), des cadres des offices et des représentants de l'industrie;
- de concert avec les autres organismes
 coiffés par Agriculture et Agroalimentaire
 Canada, le Conseil a participé en octobre
 1998 à l'exposition « Célébration de la
 récolte » qui s'est tenue sur les terrains de
 la ferme expérimentale centrale. Députés et
 sénateurs ont examiné l'exposition durant
 la visite des installations. Cette activité a été
 la visite des installations. Cette activité a été
 une excellente occasion de distribuer le
 mouveau matériel d'information du Conseil;



STRATEGIE DE COMMUNICATION

The manufacture of the property of the propert

NONVELLES INITIATIVES

Depuis lors, les initiatives suivantes ont été lancées:

- l'industrie. Le bulletin est distribué aux membres du Conseil, aux offices, aux régies provinciales et aux

organisations de l'industrie et du secteur de l'agroalimentaire;



commercial Canada-Chine à Beijing à l'occasion de son 20e anniversaire. Pendant son séjour en Chine, la présidente a assisté au lancement d'une entreprise de comptoirs de restauration rapide appartenant à un membre du Conseil, également entrepreneure de premier ministre Chrétien, qui participait à l'inauguration, a souligné que l'entreprise de M[®] Chong Hill constitue un modèle de M[®] Chong Hill constitue un modèle

OENES (CIE) OENES (CIE)

La vice-présidente, Mme Linda Boxall, a assisté en septembre 1998 à la Conférence annuelle de production et de commercialisation de la CIE à Cape Town (Afrique du Sud). La fes délègués représentent les producteurs, les délègués représentent les producteurs, les délègués représentent les producteurs, les des délègués représentent les producteurs, les des délègués représentent et les les casseries, les gouvernements et les fournisseurs de matériel et de services.

Le Canada et l'Inde ont été les deux seuls

Econdition on souligné la nécessité d'un pays membres à faire un constat positif. Les États-Unis ont souligné la nécessité d'un meilleur équilibre entre l'offre et la demande. L'Union européenne est confrontée à un problème de surproduction, à des importations excessives, à de bas prix et à la concurrence entre les oeufs produits en cages par des entreprises commerciales et les oeufs produits dans des conditions de libre produits dans des conditions de libre parcours.

donné lieu à un puissant mouvement politique. Cette question exigera une vigilance accrue au Canada afin de garantir le maintien d'une perspective équilibrée entre, d'une part, le bien-être des animaux et, d'autre part, l'élevage à des fins commerciales.

> invite l'industrie à élaborer une stratégie, qui pourrait comprendre un slogan comme « Canada Volaille International », afin d'entreprendre la promotion d'un produit générique sur le marché des exportations.

En octobre 1998, le Conseil s'est joint à Équipe Canada inc., un organisme fédéral de promotion des échanges commerciaux. Créée en 1997 dans le cadre des efforts déployés conjointement par le ministère des Affaires Agriculture et Agroalimentaire Canada, et par Industrie Canada, Équipe Canada inc. fournit un guichet unique d'accès aux services d'expansion du commerce international offerts par le gouvernement fédéral. Le Conseil est lié au gouvernement fédéral. Le Conseil est lié au extrêmement set de renseignements extrêmement variée de liens et de renseignements extrêmement variée de liens et de renseignements sur les échanges commerciaux.

La participation du Conseil à cette organisation devrait aider les industries de la volaille et des oeuls à adopter la culture générale d'Équipe Canada inc. et à réaliser leur potentiel d'exportation. La promotion des activités organisées par le Conseil, par exemple organisées par le Conseil, par exemple l'Atelier sur les exportations prévu pour 1999, se fera grâce au réseau d'Équipe Canada inc.

Les missions commerciales d'Équipe Canada, qui sont dirigées par le gouvernement, sont de bons exemples des heureuses initiatives entreprises conjointement par le gouvernement et l'industrie pour l'expansion des marchés d'exportation. Du 31 août au 12 septembre 1998, la présidente, Cynthia Currie, a participé à une mission agroalimentaire en Amérique latine. M^mCurrie s'est ensuite rendue en Chine où elle a assisté du 18 au rendue en Chine où elle a assisté du 18 au crendue en Chine où elle a assisté du 18 au

Comité directeur a exprimé sa joie de voir l'industrie des oeufs et le secteur de l'incubation participer cette année au colloque. Au nombre des sujets traités cette année,

on trouvait la stratégie d'investissement du gouvernement canadien dans l'agroalimentaire, la nature et les conséquences des risques pour l'environnement et la santé publique, et les tendances économiques actuelles à l'échelle mondiale et nationale.

Un des objectifs stratégiques du Conseil est de constituer une source crédible d'information et de conseiller l'industrie et le ministre de questions commerciales. Nous continuons à suivre de près les développements liés aux échanges commerciaux et à diffuser au besoin les renseignements aux intervenants clés. Un des objectifs majeurs consiste à encourager des objectifs majeurs consiste à encourager sation d'une stratégie de commerciali-sation d'une stratégie de commerciali-sation des exportations dans l'industrie de la volaille.

En décembre 1998, le Conseil a rencontré les intervenants de l'industrie afin de discuter des objectifs en matière de politique commerciale et d'obtenir des avis sur la possibilité de tenir avec l'industrie des discussions menant à l'élaboration d'une position commerciale cohérente pour la prochaîne série de négociations de l'OMC. Dans les mois à venir, à mesure que se précisera la position de négociation, le Conseil transmettra à Agriculture et Agroalimentaire Canada l'information et les conseils appropriés.

Compte tenu de l'intérêt experimé par l'industrie pour les marchés d'exportation en pleine expansion, le Conseil organise un Atelier sur la stratégie d'exportation qui aura lieu en 1999 et dont la structure sera similaire à celle de l'Atelier sur la rentabilité. En préparation de cette activité, le Conseil

congres d'orientation tenus par le Conseil



all me by properties of the properties of the properties objectifs d exportation. On trouvera ci-après les traits de collaborer avec l'industrie et de ntimelland de la brononcées aux assemblées We tous in autres intervenants de l'industrie qui les mesures concrètes en vue d'établir une relation de collaboration

plan de travail du Conseil, à savoir : prioritaire ont été repérés et incorporés au et des oeufs. Six domaines clés d'intervention succès des industries canadiennes de la volaille conseils sont plus importants que jamais au notamment au ministre de l'Agriculture et de des grandes questions et de prestation de

résolution des différends; · rechercher de meilleures méthodes de et la stabilité ;

garantir une orientation politique globale

- exportations; et stratégiques pour la promotion des • élaborer des démarches coordonnées
- organiser des discussions sur la politique vue d'améliorer le rapport coût-efficacité; entreprendre des études comparatives en
- qualité des produits. détermination des prix, qui favoriseront la encourager l'élaboration de mécanismes de de négociations de l'OMC sur l'agriculture; commerciale en vue de la prochaine série

la ferme jusqu'au comptoir du détaillant. Le de volaille au Canada, depuis la production à chacun des secteurs de l'industrie de la viande Elle a attiré quelque 150 représentants de w anbsu np uonsege gestion an sague » novembre 1998. Cette conférence avait pour la viande de volaille, tenue les 17 et 18 troisième Conférence sur les perspectives de dans la planification et l'organisation de la Le Conseil a joué un rôle prépondérant

> secteurs d'action prioritaires pour l'industrie. oeuvrer dans différents domaines et indique les rapport souligne l'engagement du Conseil à l'Agroalimentaire, l'honorable Lyle Vanclief. Le

> pour l'agriculture canadienne. commerce mondial et sur les conséquences le programme de négociations en matière de Etats-Unis, ont exposé leurs points de vue sur Merkin, ancien négociateur commercial des du Canada pour les produits agricoles, et Bill Mike Gifford, négociateur commercial en chef activités du Conseil. Les conférenciers invités, oeufs et pour établir les incidences sur les intervenants de l'industrie de la volaille et des idéale pour examiner les messages des stratégique d'octobre a été une occasion la rentabilité », la session de planification l'atèlier « La croissance de l'industrie dans (Québec). Organisée immédiatement après stratégique tenue en mai à Vaudreuil guise de suivi à une session de planification et les priorités pour la nouvelle année, en 1998 afin de revoir les orientations stratégiques à Mississauga (Ontario) les 28 et 29 octobre Le Conseil a tenu une réunion de deux jours

> matière de leadership, de facilitation, d'examen canadienne, les rôles que joue le Conseil en sont confrontés tous les secteurs de l'agriculture contexte des changements rapides auxquels Les membres ont conclu que, dans le

> > ont été déterminés par une équipe de Les sujets traités et la structure de l'atelier de la volaille et des oeufs y ont participé. centaine de représentants de l'industrie intérieur et les marchés étrangers. Une compétitivité de l'industrie sur le marché les moyens d'accroître la rentabilité et la a été organisé par le Conseil afin d'étudier déroulé à Toronto les 27 et 28 octobre 1998, Cet atelier axé sur l'industrie, qui s'est

qu'elle trace actuellement. la volaille et des oeufs à progresser dans la voie qu'assume le Conseil pour aider l'industrie de accordé leur appui au rôle de facilitateur des marchés d'exportation. Ils ont également coordonnée et stratégique pour l'expansion leur soutien envers une démarche mieux différends. Les participants ont exprimé mécanismes efficaces de résolution des niveau fédéral et provincial, ainsi que de publiques claires et cohérentes à la fois au constaté la nécessité d'un cadre de politiques diverses sessions plénières et parallèles, ils ont et des marchés d'exportation. Au cours des inutiles ; et l'expansion du marché intérieur des approvisionnements; l'élimination des frais clarification des politiques relatives à la gestion se sont penchés sur trois grands sujets : la transformateurs de l'industrie. Les participants conception constituée de producteurs et de

qu'il a distribué à tous les intervenants, Le Conseil a préparé un rapport de suivi

PARTEUARIAVITÉS DE

17,5 cents par oeuf d'incubation. Les ententes interprovinciales de prêt de contingents exigent l'accord unanime des administrateurs de l'OCCOIPC.

La plainte a été présentée contre le

Manitoba qui refusait d'accorder son appui à une entente de prêt entre l'Ontario et le Québec, qui avait été soumise au conseil d'administration de l'Office. Le refus du jusqu'à la fin de février 1998 afin de lasser aux parties le temps d'essayer de trouver elles-mêmes une solution. Le différend a été réglé et la plainte retirée. Le Conseil est réglé et la plainte retirée. Le Conseil est l'industrie aient réussi à régler eux-mêmes l'industrie aient réussi à régler eux-mêmes

En mai 1998, le Conseil a approuvé au préalable la modification proposée au règlement de Contingentement de l'Office, d'incubation pour 1999. Cette augmentation de 3,1 p. 100 par rapport au contingent préliminaire de 1998 dans les provinces réglementées reflétait la hausse de la demande de poulet.

Plainte relative à l'échange de contingents

En novembre 1997, la Commission

ontarienne de commercialisation des oeuts d'incubation et des poussins de poulet à griller a déposé devant le Conseil une plainte contre une décision de l'OCCOIPC relativement à sa politique d'échange à court terme de contingents. Cette politique permet aux provinces « de prêter » toute portion provinces « de prêter » toute portion d'incubation à une province qui a dépassé son d'incubation à une province qui a dépassé son propre contingent, évitant ainsi la pénalité de propre contingent, évitant ainsi la pénalité de

Augmentation des contingents

En novembre 1997, le Conseil a donné son accord préalable à une modification proposée au règlement de l'Office dans le but d'établir à 518 807 075 d'oeufs d'incubation le contingent définitif accordé chiffre a été fixé à partir d'une production chiffre a été fixé à partir d'une production représentait une augmentation de 2,7 p. 100 par rapport au contingent préliminaire de mars 1996 et une croissance globale de 4 p. 100 dans la production de poulet par rapport à 1996.

approbation préalable à la modification préalable à la modification de l'Office au règlement de contingent définitif pour l'année. Cette décision reposait sur la recommandation du comité consultatif de l'Office, qui prévoyait une demande de 792 mkg de poulet (une croissance de 6 p. 100 par rapport à l'année précédente).

En octobre 1998, le Conseil a donné son

approvisionnements d'oeufs d'incubation de poulet de chair au Canada. Son conseil d'administration de sept membres comprend des représentants des cinq offices provinciaux de commercialisation (Québec, Ontario, Manitoba, Alberta et Colombie-Britannique) et deux représentants nommés par décret. Le président de l'OCCOIPC est choisi parmi les membres de l'organisme et élu chaque année.

The bived par David Barr

Profil de l'Office

deux derniers mois de l'année.

production de 100 000 pondeuses pour les

Créé en 1986, l'Office canadien de commercialisation des oeufs d'incubation de poulet de chair (OCCOIPC) gère les

oeuls et des régies agroalimentaires du Manitoba, de l'Ontario et du Québec, qui a eu lieu en mai 1998, pour résoudre tout malentendu susceptible d'affecter les programmes proposés et pour satisfaire la demande croissante d'oeuls transformés. Par la suite, on a décidé d'adopter une procédure rapide pour régler le problème. Cette procédure a conduit à la conclusion d'un accord entre les provinces afin d'allouer 430 000 poules de plus en 1999 pour

d'un accord entre les provinces afin d'allouer sainsfaire la demande intérieure actuelle.
L'OCCO a élaboré une politique d'exportation pour permettre le placement de 919 000 d'exportation. En octobre 1998, le Conseil d'exportation. En octobre 1998, le Conseil a donné son approbation préalable aux modifications du règlement de prélèvements de l'OcCO pour appliquer la politique d'exportation de l'OcCO pour appliquer la atmingentement de l'OcCO pour appliquer la politique d'exportation de l'OcCO pour appliquer la attribuer le premier contingent en vertu du nouveau programme « Produire aux fins de nouveau programme ». Le contingent équivalait à la transformation ». Le contingent équivalait à la

En vertu du règlement existant sur les

contingents. leur production au moment d'établir ses Cependant, POCCO doit tenir compte de de s'enregistrer ou d'avoir un contingent. plupart des provinces) ne sont pas tenus par la province (100 pondeuses dans la troupeaux inférieurs à la taille minimum fixée contingents, les producteurs ayant des

secteur intérieur de la transformation des caisses d'oeufs supplémentaires pour le produisant un nombre estimatif de 383 000 d'accroître les troupeaux de 323 000 pondeuses enregistrée. Cet ajustement a eu pour effet de la diminution de leur production non réglementées aux provinces, en tenant compte a décidé d'allouer davantage de pondeuses effectif de douzaines d'oeufs produits, l'OCCO actuellement en vigueur surestime le nombre enregistrées. Comme l'ordonnance toutes les provinces par les pondeuses non douzaines d'oeufs produits dans presque en 1997 une baisse du nombre estimatif de recensement, Statistique Canada a annoncé Sur la base des données du plus récent

modifications proposées. a accordé son approbation préalable aux prélèvements. En décembre 1997, le Conseil en conséquence son ordonnance sur les en absorberaient le coût, et il a modifié le nombre accru de pondeuses enregistrées LOCCO a juge que les provinces acceptant qui sont vendus comme produit industriel. l'élimination de ces oeufs supplémentaires, n'indique pas qui doit assumer le coût de actuellement l'application des prélèvements Le protocole d'entente régissant

La demande accrue d'oeufs transformés Produire aux fins de transformation

réunion des offices de commercialisation des d'exportation. Le Conseil a organisé une POCCO d'élaborer une politique globale d'exportation a souligné la nécessité pour sur le marché intérieur et les marchés

> McDonald's en vue de tester sur le marchè décision qu'a prise la chaîne de restaurants Le deuxième programme découle d'une d'un demi-cent par kilogramme (poids vif). transformateurs de dindon une redevance ce qui permettra à l'Office d'imposer aux ordonnance sur les prélèvements de l'OCCD, Conseil a approuvé au préalable une nouvelle magazines. En prévision de ce programme, le

la réalisation du programme. continueront de travailler conjointement à inférieures aux attentes, Cuddy et McDonald's de l'Ouest. Bien que les ventes aient été promotion du produit dans ses établissements McDonald's concentrerait au début la de London (Ontario), a annoncé que Le fabricant intéressé, Cuddy Food Products, nouveau produit à base de viande de dindon. du 25 novembre au 25 décembre 1997 un

Profil de l'Office

un président choisi parmi ses membres. mateurs du Canada. L'OCCO élit chaque année représentant de l'Association des consomtransformateurs d'oeufs et de volailles et un trois représentants du Conseil canadien des dix offices provinciaux de commercialisation, comprend un représentant de chacun des Canada. Le conseil d'administration de l'OCCO de gérer les approvisionnements d'oeuts au des oeufs (OCCO) a été créé en 1972 en vue

l'Office canadien de commercialisation

En décembre 1997, le Conseil a donné son Augmentation des troupeaux réglementés

de douzaines fixé dans le contingent. pour les provinces, mais pas le nombre total le nombre de pondeuses réglementées fixé niveau de production. Cette mesure a influencé vue de prolonger pour une nouvelle année le règlement de contingentement de l'OCCO en approbation préalable à une modification du

> de vives objections de la part de certaines d'une modification de la politique, il y eu dans l'ensemble, l'industrie ait été en faveur de dindon sur le marché canadien. Bien que, avait donné lieu à des quantités excédentaires recroissance étaient trop généreux, ce qui d'exportation, estimant que les crédits de l'Office a décidé de réexaminer sa politique

> administrateurs de LOCCD. et de formuler une recommandation aux comité des exportations de revoir la politique terme de la réunion, l'Office demanda à son dernière et l'OCCD en septembre 1997. Au le Conseil organisa une réunion entre cette A la demande de la Cold Springs Farm Ltd.,

> > .89191908

l'OCCD et ont retiré par la suite leur requête. plaignants ont été satisfaits de la décision de la recroissance pour le marché intérieur. Les politique en question sur les exportations et dans le but de déterminer l'incidence de la d'entreprendre une analyse indépendante le processus antérieur d'application et des exportations, qui proposait de modifier en oeuvre les recommandations du Comité En novembre 1997, l'Office a revu et mis

nobnib ub Campagne de commercialisation

Dans un effort concerté pour accroître

La campagne de commercialisation sera dindon par habitant (de 4,2 kg à 6,3 kg). prochaines années la consomnation de augmenter de 50 p. 100 sur les cinq commercialisation générique visant à financé un programme audacieux de (CCTOV) ont conjointement élaboré et des transformateurs d'oeufs et de volailles du premier, l'OCCD et le Conseil canadien programmes l'an dernier. Dans le cadre canadienne du dindon a lancé deux la consommation de dindon, l'industrie

et des annonces publicitaires couleur dans les et se poursuivra avec des messages à la radio commencera avec des commerciaux télévisés lancée au printemps de 1999. Elle

décision ou du moins d'en étaler la mise en oeuvre sur une plus longue période. Élaborée dans les années 80, la politique

d'exportation de l'OCCD avait pour but de promouvoir l'expansion des marchés d'exportation et de renforcer le marché intérieur par l'élimination des surplus de viande branch, moins désirée, et par viande branche. Pour éviter toute pénurie sur la marché intérieur, la politique d'exportation prévoit des « crédits de recroissance » qui permettent une production supplémentaire. Ces crédits fonctionnent par application de Ces crédits fonctionnent par application de Ces crédits fonctionnent par application de

Plainte contre la politique d'exportation de dindon

En novembre 1997, le Conseil a reçu une plainte concernant la décision de l'OCCD de réviser les coefficients de recroissance énoncés dans sa politique d'exportation. La plainte était déposée par la Cold Springs Farm Ltd., la Commission ontarienne de commercialisation de dindon, l'Ontario Poultry Processors' Association et la société M.D. Poultry Meats Inc.

Les plaignants alléguaient que les révisions Les plaignants alléguaient que les révisions

paralyseraient les exportations de viande de dindon de l'Ontario et seraient préjudiciables aux transformateurs ontariens. Pour sa part, la Cold Springs Farm demandait d'invalider la

> pouvait augmenter sa production à des taux de 15 et de 25 p. 100 par année pendant une période de quatre ans.

OFFICE CANADIEN D

DU DINDON

Profil de l'Office

L'Office canadien de commercialisation du dindon (OCCD) est un organisme national dont le conseil d'administration comprend des représentants de huit offices provinciaux des commercialisation (Terre-Neuve et l'Île-du-Prince-Edouard, qui produisent peu de dindon, ne sont pas membres), deux représentants du Conseil canadien des transformateurs d'oeufs et de volailles et un représentant de l'Association canadienne des représentant de l'Association canadienne des surtranformateurs de volailles.



SUR LES OFFICES CANADIENS DE COMMERCIALISATION

trois ans. Elle proposait que la mesure soit mise en oeuvre en deux phases pour assurer une expansion ordonnée. La première phase de 1,3 million de kilogrammes s'étalerait sur quatre périodes à compter du 17 janvier 1999, tandis que la deuxième période commencerait à la fin de mars de l'an 2000. Un Comité des plaintes constitué par le

 que les parties se rencontrent rapidement dans l'ENA. Il a également recommandé: appropriés pour tous les termes utilisés adopter des définitions et des critères évité. Le Comité a encouragé les parties à avaient conduit à un appel qui aurait pu être faits entourant la requête de la Saskatchewan, nationale sur l'allocation, ainsi que certains confusion dans l'interprétation de l'Entente indiqué que des malentendus et une certaine ses recommandations au Conseil, le Comité a avicoles du Québec inc. Dans son rapport et Board et de l'Association des abattoirs des PPC, du Manitoba Chicken Producers allégations des signataires de la Saskatchewan, Le Comité reçut des mémoires et entendit les Conseil a mené son enquête le 15 septembre.

accord avant l'établissement des contingents provinciaux pour la période A-24.

À leur réunion spéciale du 30 octobre, les administrateurs des PPC ont approuvé un plan d'expansion selon lequel la Saskatchewan

que les parties tentent de conclure un

pour tenter d'en arriver à un accord à

Pamiable, et

dix offices provinciaux de commercialisation du poulet et le président des PPC. Les quatre membres non-producteurs ne l'ont pas signée.

Dans la courte allocution qu'elle a

prononcée à la cérémonie de signature, a la présidente du Conseil, Cynthia Currie, a félicité les signataires d'avoir déployé tant d'efforts pour franchir cette étape et a donné l'assurance que le Conseil travaillera en collaboration avec l'industrie pour assurer son succès continu.

L'Entente nationale sur l'allocation est

entrée en vigueur le 7 juin 1998 et arrivera à expiration le 31 décembre 2003. Comme la précédente ENAP, l'ENA repose sur un régime de gestion de l'offre « ascendant » et comprend des mesures de sauvegarde et des mécanismes disciplinaires visant à assurer un fonctionnement responsable du régime.

Plainte déposée par la Saskatchewan En juillet 1998, le Conseil a reçu des

signataires de la Saskatchewan une plainte contre la décision prise par les PPC de rejeter la demande de contingents supplémentaires faite par la province en vertu de la clause des circonstances exceptionnelles énoncée dans l'Entente nationale sur l'allocation. La Saskatchewan maintenait que son industrie devait, pour assurer sa survie, disposer d'un contingent supplémentaire de 2,7 millions de kilogrammes par cycle durant une période de

-**95ffO'l ab litor9** 10'l ,8701 na ààrt)

et des services alimentaires. l'Association canadienne des restaurateurs mateurs de volailles et un représentant de l'Association canadienne des surtransford'oeufs et de volailles, un représentant de par le Conseil canadien des transformateurs deux transformateurs de poulets nommés y siège même si elle n'en est plus membre), commercialisation (la Colombie-Britannique de chacun des dix offices provinciaux de quatorze membres comprend un représentant marché. Son conseil d'administration de suffisante pour satisfaire les besoins du maintiennent une production de poulet de veiller à ce que ses 2 800 membres un organisme national qui a pour mandat Producteurs de poulet du Canada (PPC) est Créé en 1978, l'Office maintenant appelé

Entente nationale sur l'allocation

Dans un effort pour rendre le secteur du poulet plus sensible au marché, les PPC ont commencé à élaborer une nouvelle Entente nationale sur l'allocation en 1997. Au terme d'intenses consultations, cette nouvelle entente sur le poulet a été signée à Ottawa le 25 mars lur le poulet a été signée à Ottawa le 25 mars fritente nationale sur l'allocation et les prix Entente nationale sur l'allocation et les prix (ENAP). Les signataires de l'Entente sont les

individuelle des lignes directrices au sein de chaque province.

Le 29 octobre 1998, le Conseil a adopté le texte des lignes directrices sur le CDP rédigé par le Comité directeur. Le Conseil a communiqué sa décision aux offices canadiens, soulignant qu'il s'attendait à ce que les offices se conforment à ces lignes directrices quand ils entameront leurs études sur le CDP.

juridique d'émettre des lignes directrices sur le CDP, cela est conforme à son mandat de favoriser la vigueur, l'efficacité et la examine une FCDP qu'on lui demande d'approuver, il lui incombe de s'assurer que ses attentes sont clairement articulées. Le Conseil estime que le meilleur moyen d'y parvenir consiste à émettre des lignes directrices pour établir les modalités directrices pour établir les modalités

Dans la deuxième ébauche des lignes directrices, on a tenu compte, dans la mesure du possible, des commentaires des offices canadiens et du CCTOV. La version révisée a parties se sont réunies à nouveau en avril entamer l'ébauche du document définitif. Ce texte a été terminé et envoyé au début de mai à toutes les régies provinciales. Les membres de l'ANRA n'ont pas examiné Les membres de l'ANRA n'ont pas examiné et mai à toutes les régies provinciales.

le document aux fins d'approbation avant la fin de l'été, car ils ont attendu les consultations avec les offices provinciaux de commercialisation et les commentaires Durant un appel téléconférence effectué le l'é septembre 1998, la majorité des membres de l'ANRA ont refusé d'approuver l'ébauche définitive des lignes directrices sur le CDP définitive des lignes directrices sur le CDP d'application. On préférait une application d'application. On préférait une application

Des exemplaires de la première ébauche ont été expédiés aux fins de rétroaction à tous les offices canadiens et offices provinciaux de commercialisation, à toutes les régies, au Conseil canadien des transformateurs d'oeufs et de volailles (CCTOV) et à l'Association volailles (ACSV). Le Comité directeur a tenu une réunion avec le CCTOV et les quatre offices en décembre afin de recevoir leurs premiers commentaires (l'ACSV a décliné l'invitation). Les offices ont soulevé trois l'invitation). Les offices ont soulevé trois

- Putilisation d'un facteur d'efficience pour servirait à établir les coûts des composantes ;
 Putilisation d'un facteur de l'échantillon qui
- le parametre de remplacement suggere pour déterminer la rémunération du personnel de gestion;
- le taux de rendement proposé pour la quantification du rendement de la composante investissement.



-- SUR LE COUT DE PRODUCTION

Le Conseil a émis ses premières lignes directrices sur le coût de production (CDP) en 1981 dans le but d'aider les militaire de miniment des conseil a émis ses premières directrices ont été modifiées pour les adapter aux changements apportés aux pratiques directrices ont été modifiées pour les adapter aux changements apportés aux pratiques de membres ana. Les lignes directrices ont été modifiées pour les adapter aux changements apportés aux pratiques de membres ana. Les lignes directrices ont été modifiées pour les adapter aux changements apportés aux pratiques de membres ayant, selon les calculs utilisés, le CDP le plus élevé. Cette démarche avait pour but d'établir une presure du coût et du rendement qui représenterait une cible d'efficacité raisonnable pour les producteurs de volailles et

Touchois, les offices n'étaient pas d'accord avec les lignes directrices, étant donné qu'ils pensaient que les études du (1)P devaient mesurer le coût de production moyen effectivement observé et ne pas exclure la portion des producteurs dont

En aoûr 1997, le Conseil a proposé à LANRA de constituer un comité directeur conjoint qui serait chargé de mettre à parties directrices. La proposition a été acceptée, les parties reconnaissant que l'établissement des prix des produits de base était de compétence provinciale. On reconnaissait également que le Canada aura besoin de solides et défendables (CDP) à l'approche de la prochaine série de négociations de l'Organisation mondiale du commerce.

septembre 1997, le Comité a procédé à une clarification du rôle joué par les FCDP, souligné la nécessité des lignes

directrices sur le CDP et rédigé une première ébauche des lignes directrices révisées.



DES TERRITOIRES DU MORD-OUEST AU RÉGIME DE COMMERCIALISATION DES OEUFS

au régime national de commercialisation des oeufs a été l'absence d'entente entre le Conseil canadien de commercialisation des oeufs (OCCO) et les T.N.-O. au sujet du niveau du contingent initial. Cette situation a continuellement donné lieu à des actions en justice entre les producteurs des T.N.-O. et l'OCCO.

A the Transferror about the first manager is a many of the design of the contract of the contr

donné aux T.X.-O. un accès sans réserve à la région réglementée. En 1998, suite au pourvoi interjeté par l'OCCO, la Cour suprême du Canada a invalidé le jugement de l'instance inférieure qui avait accordé une exemption

En mai 1997, le Conseil a conclu avec le gouvernement des T.N.-O. un accord habilitant ces derniers à devenir de la mai 1997, le Conseil a conclu avec le gouvernement des T.N.-O. un accord habilitant ces derniers à devenir de la mai de

EA.-O ont signé un protocole d'entente précisant les modalités de l'adhésion des EA.-O. au régime national et ont envoyé ce document à tous les signataires des provinces. En août 1998, les problèmes d'ordre technique et envoyé ce document à tous les signataires des provinces. En août 1998, les problèmes d'ordre technique et

The State of the Control of the State of the

que les T.N.-O. deviendraient un membre à part entière de l'Office au début de 1999.

élaborerait les APP, superviserait les travaux effectués par les groupes de travail et remettrait les rapports intérimaires au ministre fédéral. Les offices élaboreraient les ententes de fonctionnement régissant leur secteur respectif avec la participation des intervenants de l'industrie.

Le 16 novembre, les membres de l'ANRA ont rencontré individuellement chaque office canadien, le Conseil canadien des transformateurs d'oeufs et de volailles, et l'Association canadienne des surtransformateurs de volailles pour discuter du mateurs de volailles pour discuter du groupe de travail mis sur pied par un office groupe de travail mis sur pied par un office ne se soit encore réuni, l'ANRA est satisfaite du calendrier de mise en marche des travaux.

et ce, sur la base du nouveau plan de travail recommandé.

recommandé.

La nouvelle démarche proposée par l'ANRA devrait donner lieu à une dissociation des accords existants. Ainsi, les responsabilités législatives des ministres seraient distinctes et d'application du plan fédéral de commercialisation. Une fois qu'on aura allégé le processus de modification, les offices pourront mettre en oeuvre le plan de

En vertu de cette proposition, l'ANRA et les proupes de travail mis sur pied par les offices prépareraient de nouvelles conventions.

commercialisation de manière plus efficace.

 d'appuyer le plan de travail des régies, qui veulent élaborer de nouvelles structures pour les accords. Il est toutéfois entendu que les offices de commercialisation de la volaille et des oeufs ne sont pas tous prêts à entamer immédiatement le processus de révision;

 de consulter les intervenants de l'office concerné durant le processus et d'examiner de donner leur autorisation définitive;
 que les ministres recevraient des rapports

que les ministres recevraient des rapports intérimaires sur le projet, qui doit être mené à terme au 31 décembre 1999,

RENOUVELLEMENT DES

nonsolicizamento alcantigar in la troncamolizaro in acrossa a nos CER Calcinomes vinarios des acrossa de acros

the control of the co

les AFP relatifs aux secteurs des oeufs, du poulet et du dindon ont été conclus dans les années 70.

the color of amount of a fine of a fine of the following of the fine of the fi

- random results with plantiful alternative at empty at front and a torontoic and the following to the
- вно кнајрених колијо вој твоју о војиму грамодулу је иду колијани о пуднавиор зависих пртоков и одн.
- besoin pour s'adapter aux conditions changeantes du marché;



David Coburn



Raymond Cloutier

Michel Veillette



Paul Ouellette





Ron O'Connor



Cynthia Currie

McCurrach John A. (Sandy)

Ron O'Connor, membre

dont il a été le président en 1996-1997. sein de Producteurs de poulet de l'Ontario, Irm-Ron Farms Ltd. Il est actif depuis 1988 au Ontario). Il est le propriétaire exploitant de Ron O'Connor est originaire de Dublin Mandat : Janvier 1998 - Janvier 2001

Paul Ouellette, membre

d'administration de cette association. nombreuses années au conseil avicoles du Québec. Il a siègé pendant de que président de l'Association des abattoirs transformateurs d'oeufs et de volailles, ainsi président du Conseil canadien des également associé. Il a été dans le passé distribution de la volaille, dont il est Ouellette a fondé plusieurs sociétés de Originaire de Marieville (Québec), Paul Mandat : Janvier 1997 - Janvier 2001

Michel Veillette, membre

laitiers. vice-président d'une entreprise de produits fabricant et distributeur de fromages fins et Il a été président de Froma-Dar inc., un Consommation et des Affaires commerciales. parlementaire au ministère de la 1984 et a occupé le poste de secrétaire été député fédéral de mai 1979 à septembre Ne à St-Maurice (Québec), Michel Veillette a Mandat: Janvier 1997 - Janvier 2003

Raymond Cloutier, membre

mérite spécial. du mérite agricole, avec mention Très grand été décoré à titre de Commandeur de l'Ordre de l'Alimentation du Québec. En 1997, il a ministère de l'Agriculture, des Pécheries et directeur de la politique commerciale au Cloutier a été pendant de nombreuses années Originaire de Ste-Foy (Québec), Raymond 1002 niul - 8661 niul : tabnaM

David Coburn, membre

pour la région de l'Atlantique. « sramnał gnuod gnibnatetuo » xirq Brunswick, il a été, en 1995, lauréat du Fédération de l'agriculture du Nouveausixième génération. Ancien président de la exploitation agricole familiale qui en est à sa Il est directeur de W.B. Coburn & Sons, une (Nouveau-Brunswick), où il réside également. David Coburn est originaire de Keswick Mandat: Janvier 1998 - Janvier 2001

John A. (Sandy) McCurrach, membre

organisations du secteur agroalimentaire. un ancien membre exécutit de diverses C'est un ancien producteur de dindon et Ranch, à Kamloops (Colombie-Britannique). propriétaire et directeur de Jamieson Creek président de Purity Feed Co. Ltd., et (Colombie-Britannique), est propriétaire et Sandy McCurrach, de New Westminster 1002 niul - 8661 niul : 100mM

sectorielle sur le commerce extérieur agroalimentaires et du Groupe de consultation canadien de commercialisation des produits Elle a également été membre du Conseil appelé Producteurs de poulet du Canada). commercialisation du poulet (maintenant générale de l'Office canadien de présidente du Conseil, elle était directrice Guyane. Avant sa nomination au poste de Cynthia Currie est née à Georgetown, en Mandat : mars 2002 sram ! 15 - 7991 sram : tabnaM Cynthia Currie, présidente

Linda Boxall, vice-présidente

Produits agroalimentaires et boissons.

Linda Boxall est née à Regina (Saskatchewan), ənuəpisənd -92iv 9b 97iit à 9991 istire de vice-Nandat : juillet 1994 à titre de membre ;

de V.I.P. Special Event Catering. Sunshine International, de L.B. Café Inc. et province. Elle est également présidente de exploite une ferme céréalière dans cette où elle a grandi également. Elle possède et

Anne Chong Hill, membre

restauration rapide à Beijing. récemment une entreprise de comptoirs de produits alimentaires en Chine et lancé activités importantes de promotion de Gourmet Foods Inc. Elle a organisé diverses elle est co-fondatrice et associée de Global Récipiendaire du prix d'entrepreunariat, Anne Chong Hill est née au Brunei. 1002 niul - 8661 niul : tabnaM

SMOITANIMONI

it stort ob staboard sob more ferryb und a ground into sedo, myo chichon, sedo L mahar hermen at a gradumo or being square from the contract of square in the architecture of the contract of

In levitor of the non-rank of miller 1995, by promined all Contests a segmine of term des sessions abortentation of non-rank of term des renselgager sur contents and manifest de membres du Conseil. Au cours de l'année, le l'année, l'année, la quite contont de l'année, le l'année, la mai, la présidente a convoqué une vianton

to a first the first of the formation of Aconstitute alies one coles delia contantees dans les domaines de first de first of the first of the formation of a containes delia containes de formation of the first of the operations administratives telles que la manufacture of the figures directrices du Copseil. Co plan a constitué men en manufacture des politiques et des ligaes directrices du Copseil. Co plan a constitué men en manufacture de la figure directrices du Copseil. Co plan a constitué men en manufacture de la figure directrices du Copseil. Co plan a constitué men en manufacture de la figure directrices du constitué containe de la figure directrices du constitué de la figure de la

que le ministère soumet au Parlement concernant son rendement pour l'année.

spéciale pour décider de l'orientation future du Conseil et préparer un plan stratégique.



surprise out 8001 religious reservey a fearest of the announcement of training to more at new communities of a

quatre accords fédéraux-provinciaux qui régissent le secteur de la volaille.

- The formal of the first of the
- différend dans un délai déterminé. Une entente a été par la suite conclue entre les deux parties.

 III de la conclue entre les deux parties.
- The first of the first of
- If the surface of surface participants.
- enforcement de ces partenariats tout au long de son mandat.

MESSAGE DE LA PRESIDENTE

d'ocuts et de volailles en vue de lancer une campagne nationale de publicue pour le dividon million les progres considérables accomplis dans ce secteur les réussites de ce type constitue à une base solir e publicul la plumpa

Le nouveau Consoit a travalité à renforcer et à anelliurer les comainne alon, avec le gouvornoment. Le nitionaliers et les partenaires de l'industrie. À seite fin, il a fance un certain nombre, d'inflantone commo l'élaboration d'une straitgie de communication, la production d'une trousse, d'information et d'un bulloon binionner of le cronton d'un site de présente for nouveaux membre d'un site prèsente; nous avons offer durant l'unese donz réceptions ains de présente for nouveaux membre du Consoit et d'informer les intervenants du secteur public et de l'industrie au de membre au de l'industrie au de l'informer les intervenants du secteur public et de l'industrie au comme nont produce d'aventre les intervenants que les montres nouvelles et au nos projets d'aventr. Exconvertire que les arcdits ont accordée a la reviutiblement du conventire que les nouvelles.

Deals to find d'appriyre efficacement le traval da Conteil, nous alvons apporte un octron menules de el merre ada administratis et obtérationals interrios. Les monthes du Conseil se sont rémois à Vandecul (Que ènere en min 1998; un maintier de plantice de conseil a dent four sub deut four a deut de mentione de priorités pour l'année de plantice de plantice de plantice de priorité de priorité de plantice de priorité de plantice de plantice de plantice de plantice de priorité de plantice de plantice de priorité de priorité de plantice de priorité de plantice de priorité de priorité de plantice de priorité de priorité de plantice de priorité de plantice de priorité de production de l'édicacité. Province de l'édicacité de la contration de la con

Le Conseil a également accompli les tâches suivantes durant l'année:

orientations a contribué à rehausser notre image et à faire mieux connaître nos objectifs.

continus d'une dynamique et saine industrie de la volaille.

• Il a siègé, en qualité de membre, au comité directeur de l'Association unitounale d'a revie a directrires sur le coin de production, que le Consult a adopter al matigne de revoir les lignes directrires sur le coin de production, que le Consult a adopter a l'actual et l'actual de revoir les lignes directrires sur le coin de production, que le Consult a adopter al matigne de revoir les lignes directrires sur le coin de production du la Consult a l'actual de l'actual de l'actual de l'actual de l'actual de revoir les lignes directrires de l'actual de l'a

Conformément à son mandat, i. a appliqué au jour le four la tot sur la commerción attim des permints non content.

• If a conclu un accord avec le gouvernement des Territoires da Sord-Onest pour lour achoson all return active le gouvernement des ferritoires du vord (mes ce l'ordinare des oculs); a organisé les remeantres fédéral et provincians aur les que illums de l'unimitéen de commercialisation des oculs : a breffé les ministres fédéral et provincians aur les que illums de l'unimitéen de conficient de conficient de conficient de l'enforcialisation de leur plant et de l'enforce des ferritoires du Yord Ouest à l'élaboration de leur plant et de leur plant e

octobre 1998.

the pays avec des producteurs, des transformateurs et d'autres intervenants du milieu.

dont le thème était « La croissance de l'industrie dans la rentabilité ». Tenu à Toronto en octobre dernier, cet pur le trème était « La croissance de l'industrie dans la rentabilité ». Tenu à Toronto en octobre dernier, cet pur le propre de l'industrie dans la rentabilité ». Tenu à Toronto en octobre dernier, cet pur le propre de l'industrie dans la rentabilité ». Tenu à Toronto en octobre dernier, cet

L'industrie de la volaille et des oeufs constitue un élément vital du secteur agricole canadien et elle affiche

commerciale du gouvernement canadien, qui offre un guichet unique d'accès aux services de promotion du

la commerciale du gouvernement canadien, qui offre un guichet unique d'accès aux services de promotion du

la commerciale du gouvernement canadien, qui offre un guichet unique d'accès aux services de promotion du

d'exportation. A l'instar de l'atelier sur la rentabilité, il sera dirigé par l'industrie.

Au cours de l'année écoulée, on a constaté divers développements positifs dans l'industrie de la volaille : le

Committe de l'année écoulée, on a constaté divers développements positifs dans l'industrie de la volaille : le

Committe de l'année écoulée, on a constaté divers développements positifs dans l'industrie de la volaille : le

Committe de l'année écoulée, on a constaté divers développements positifs dans l'industrie de la volaille : le

Committe de l'année écoulée, on a constaté divers développements positifs dans l'industrie de la volaille : le

Committe de l'année écoulée, on a constaté divers développements positifs dans l'industrie de la volaille : le

Committe de l'année écoulée, on a constaté divers développements positifs dans l'industrie de la volaille : le

Committe de l'année écoulée, on a constaté divers développements positifs dans l'industrie de la volaille : le

Committe de l'année écoulée, on a constaté divers de l'année de la volaille : le

Committe de l'année écoulée, on a constaté divers de l'année de la volaille : le

Committe de l'année de l'année de l'année de la volaille : l'année de l'année de l'année de la volaille : l'année de l'année

transcent a collect a commercial desired to the control of the control of the collection of the control of the

transpire, ensecutional and activities supercongress and the administration of the contrast of the same and the contrast of th

MIESENTE TO ENTE

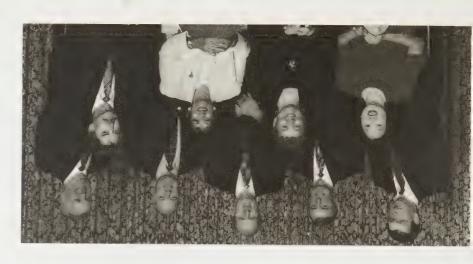
Le nouveau visage du Conseil

CHEGOMETRICA DE STRAPARRO MALLORIA

the specimens from a constraint production describing and continuous and an analysis and and the solution and and and an analysis and an analy

and the control of the depth of the control of the control of the depth of the depth of the control of the control

Membres du Conseil, dernière rangée (de g. à d.) : David Coburn, Michel Veillette, John (Sandy) McCurrach, Paul Ouellette, Ron O'Connor. Première rangée (de g. à d.) : Linda Boxall, la vice-présidente Linda Boxall, la présidente Cynthia Currie.





T Y B L E D E S

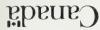
18	Loi sur la commercialisation des produits agricoles
I ξ	Lignes directrices administratives
0ξ	Méthodes de gestion
0ξ	Ressources humaines
0ξ	Relocalisation
	0.0 X (0.11) (100 C)
97	Nouvelles initiatives
	Plan de communication
	COMMUNICATIONS
<i>₽</i> ₹ <i>₽</i> ₹	Réunion de la Commission internationale des oeufs
+7	Visites commerciales
₽Z	Équipe Canada inc.
₽ Z	Politique commerciale et expansion des marchés d'exportation
22	Conférence sur les perspectives de la viande de volaille
22	Atelier sur la planification stratégique
77	Atelier sur la croissance de l'industrie dans la rentabilité
	ARTENARIAT/ACTIVITES DE PROM 1 1 1
91	Rapport sur les offices canadiens de commercialisation
₽I	Lignes directrices sur le coût de production
71	Adhésion des Territoires du Nord-Ouest au régime national de commercialisation des oeufs
	Renouvellement des accords fédéraux-provinciaux
6	Profil des membres
8	snoùsnimoN
	ACTIVITES DU CONSEII
ξ	MESSAGE DE LA PRESIDENTE



ISBN 0-662-64057-8 Numéro de catalogue A99-2/1998

© Ministre des Travaux publics et des Services gouvernementaux Canada, 1999

Édifice Canada, 10e étage, 344, rue Slater Ottawa (Ontario) Télécopieur : (613) 995-2097 Site web : http://www.nfpc-cnpa.gc.ca Courtier électronique : nfpcweb@em.agr.ca



the control of the co

the state of the first of the state of the s

Le Conseil continuera à servir de facilitateur et de conseiller à l'industrie de la volaille et des oeufs, ainsi qu'à

La présidente,

Conseiller le ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire sur toute question concernant les offices établis en application de la Loi, tout en préservant et stimulant l'efficacité et la compétitivité du secteur agricole.

Contrôler les activités des offices de commercialisation pour veiller à ce qu'ils accomplissent les objectifs énoncés dans la Loi.

Travailler avec les offices à promouvoir une commercialisation plus efficace des produits agricoles sur le marché interprovincial et le marché d'exportation.

Travailler avec les offices de promotion et de recherche sur la production primaire et pour promouvoir les produits agricoles réglementés.

Veiller à ce que le régime national de gestion de l'offre préserve l'équilibre entre les intéréts de tous les intervenants, depuis les producteurs jusqu'aux consommateurs.

National Farm Products
Council

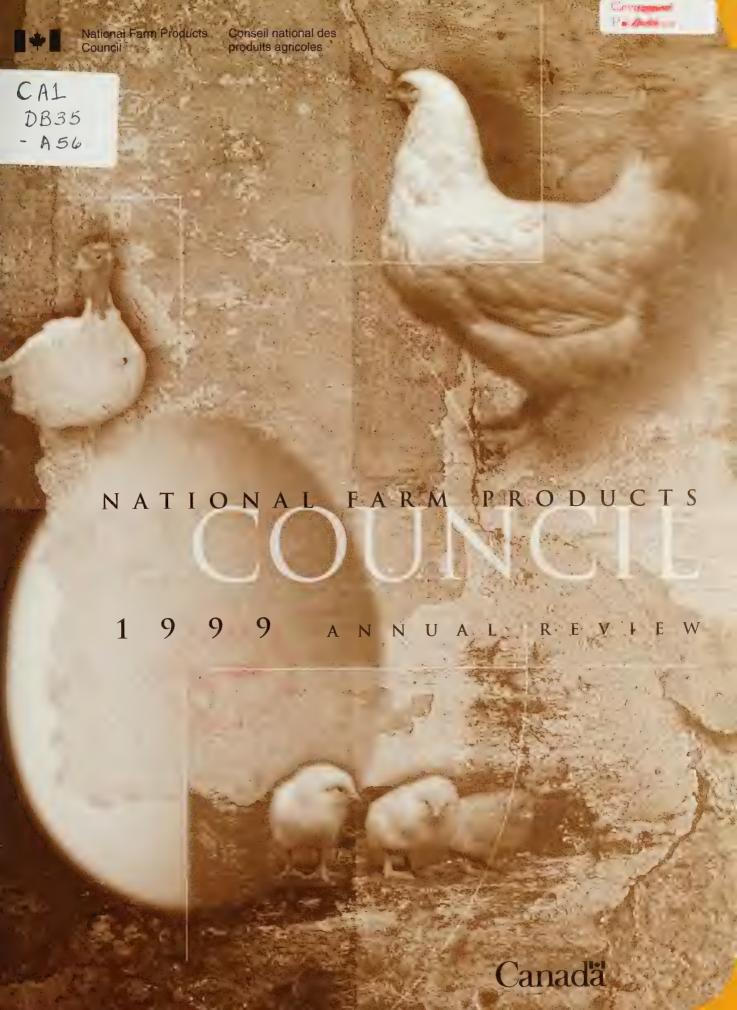
Conseil national des produits agricoles



NATIONAL DES PRODUITS AGRICOLES

REVUE ANNUELLE - 1998

Canada





MISSION:

and the second

MANDATE:

The state of the s

To work with promotion-research agencies in connection with primary production research and the promotion of regulated farm products.

LETTER TO THE

The Honourable Lyle Vanclief, P.C., M.P. Minister of Agriculture and Agri-Food Ottawa, Ontario

Dear Minister,

Looking outwards, looking within.

These are the themes of this year's events and activities for the National Farm Finding or many from this, our Annual Review for 1999.

Our activities centred around:

- Overseeing the supply management system for poultry and eggs
- Promoting the strength of the sector
- Improving our own operations

Looking outwards for us meant reaching out and hearing from all parts of the military it meant pollutional developments (inside and outside Canada) which might affect the politicy and egy arrive it meant pollutional toward Canada with an Export Awareness Mission to Asia and sharing what we featured with the arrive from

Looking within for us meant zeroing in on how best we could belp the sector in council operation to realize common objectives. It meant encouraging progress on renewed Federal-Provincial Agreements, upontuming alternative dispute resolution methods, encouraging best practices. It meant beinging in improved galactics for hearing complaints. And it meant integrating our efforts with our government partners in Team Lunio Inc., or that federal-provincial National Association of Agri-food Supervisory Agencies, and within the federal agriculture points to

Looking back, we intended to push the envelope of what the Council could contribute to the sector. We set and to go beyond the legislative requirements and took more of a leadership role. We remained tocussed in accomplish more of our goals for 2000.

Sincerely,

Cynthia Currie Chairperson



Canada Building, 10th Floor, 344 Slater Street, Ottawa, Ontario KIR 7Y3

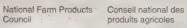
Phone: (613) 995-6752 Fax: (613) 995-2097

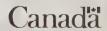
Web site: http://www.nfpc-cnpa.gc.ca e-mail: nfpcweb@em.agr.ca

© Minister of Public Works and Government Services Canada, 2000

Cat. No. A99-2/1999 ISBN 0-662-64737-8







T A B L E O F

CHAIRPERSON'S MESSAGE	3
THE COUNCIL MEMBERS	6
OVERSEEING THE SUPPLY MANAGEMENT SYSTEMS FOR POULTRY AND EG	GS
Working with the Sector:	10
Turkey	11
Chicken	12
Table Eggs	12
Broiler Hatching Eggs	1+
Other Parts of the Sector	14
Working with the Provinces and NWT	16
Promoting Alternative Dispute Resolution	18
Holding a Complaint Hearing in the Hatching Egg Sector	
Improving Complaint Guidelines	22
PROMOTING THE STRENGTH OF THE SECTOR	
Informing and Advising our Industry and Government Partners	24
Raising Export Awareness	26
Sharing Best Industry Practices	28
Preparing for a Possible Promotion-Research Agency Application	30
IMPROVING COUNCIL OPERATIONS	
Integrating Efforts with Federal Partners	3 1
Implementing the Communications Plan	36
More Improvements	38



CHAIRPERSON'S

MESSAGE

This was definitely a year for clear vision — and not rose-coloured glasses!

In 1999, we looked as far as supermarket shelves in Shanghai, and as close as the domelia or methodology for hatching eggs.

We looked outward to see how our sectors could be affected by external pressures and apparatument and abroad. We looked inward, to see how our sectors could keep strong against their lines all propagate to keep their supply management systems running smoothly and responsibly.

We, the nine members of the Council, saw our role as more than just what is set unto non an interest station or an organization chart. We saw ourselves in a position to point to ways forward for the sector, in puttern way of solving problems for the sector, and to point to ways of better cooperation among stakeholders in the

Nor were we afraid to open eyes to realities, to wake people up to problems or opportunities — even when the may have preferred to keep their eyes comfortably shut! The marketing structures we have had must not be viewed as a given for the future. The supply management system and the sectors that operate under it must be and are in constant renewal. Ideally, the sectors will renew themselves with a clear and shared vision. We want to help them on the constant renewal.



Council members (from l. to r.): John (Sandy)
McCurrach, Paul Ouellette, Anne Chong Hill,
David Coburn, Vice-Chairperson Ron O'Connor,
Executive Member Raymond Clouthier,
Lorraine Arnett, Chairperson Cynthia Currie,
Michel Veillette

CHAIRPERSON'S MESSAGE

For us, it was not only a year of looking but of doing. In this Annual Review, we look back at what we planned to do and how we did.

It might be helpful to begin with a quick review of what the Council is and what the context was for our work this year.

What the Council Is

The National Farm Products Council is a federal body under the Minister of Agriculture and Agri-Food. It has nine members, including a full-time Chairperson, and is supported by a full-time staff of about sixteen.

The Council was created in 1972 to oversee national supply management marketing systems for Canadian farm products, excepting dairy which is under the Canadian Dairy Commission. The Council also has the mandate to oversee the creation and operation of any national promotion-research agencies for farm products — none so far, but that may change soon. It also shares responsibility for some aspects of the coordination between federal and provincial levels of authority over agricultural marketing regulations.

At present, four products (aside from dairy) are under a supply management system: turkey, chicken, table eggs and broiler hatching eggs. Each has a national agency and a network of provincial-level agencies. These agencies control the supply and some aspects of marketing of these products in Canada, so that the country's needs are always met.

The Council's job is to ensure that the supply management system works in the balanced interest of everyone involved, from producers to processors, to further processors, to consumers. We cannot make decisions for a sector, but we can stop the sector from implementing a decision that would not work well or would not be balanced, and we can direct the sector's attention to improvements, problems and opportunities.

What the Context Was

Canadians saw and heard much about Canada's agricultural policy in 1999, and supply management is an important part of that.

During the lead-up to the November Seattle meeting, Canadians debated what our country's position should be going into the new round of WTO talks. With deadlock in Seattle, attention quickly turned to the implications for Canadian farmers. This broadened into a look at the state of farming in this country, for farm families and their communities, whether under a supply management system or not.

CHAIRPERSON'S MESSAGE

Throughout, our Minister of Agriculture and Agri-Food restated that the ledoral government is commuted an the supply management system.

What did that mean for me and my colleagues at the NFPC?

It means that we support the supply managed sectors and work with them an limit thus themselve. The phaering decisions and actions to meet the needs of the marketplace, at home and abroad.

To us, it means constant renewal of the system, not complatency bo, we proceed the socion for roll more flexible Federal-Provincial Agreements — and we're still pressing.

It means taking the initiative to spot ways to strengther three suction. In administration comparison with the sector and between the different levels of government. This may mean new way of his may mean and his communication and the risks that come with change. So we encour, got many of meaning to dispute constitutions are thinking about allocation as markets grow and benchmarking to be a market of the line.

It means taking a look at global realities — both pasitive and no adversor, we found in military models in the long kong. Japan and korea to see what was happening there and what it militare in a military much industrial at all levels.

It means taking the time to look ahead at what we face, to look at what must have and its active we are for the face. This may mean a new the facility of his we morphologically role. So, we took the initiative as information broken as convenor of trade policy distributions in this may multiple WTO, and as facilitator in helping to resolve disputes among sectoral players.

The Work and the Those Who Did It

In the following pages, you will read about the many projects. Issues and initiatives undertaken by the Council members and staff.

We were able to do what we did thanks to the credibility, the thoughtful viewpoints and the broad range of experience that the Council members collectively brought to our meetings. We were able to be as prepared as we were to do our work, and to follow-up on it, thanks to the depth of expert analysis, reliable advice and energetic organizational skills of the Council staff.

Please read on, and see what we accomplished in 1999.

THE COUNCIL

The National Farm Products Council has between three and nine members.

Agriculture and Agri food and appointed by the Prime Minister) for three to five-year terms. They are chosen so that together they bring knowledge and viewpoints from across the poultry and egg sector, across the different parts of the agri-food industry, and from across the country.

The members take key decisions affecting the operation of the supply management system, notably by priorapproxing commodity agency orders and regulations, and by hearing formal complaints. Each monitors a certain agency or part of the industry and reports on developments at monthly meetings. They are briefed on issues affecting



Cynthia Currie



David Coburn



Ron O'Connor

John A. (Sandy)

McCurrach





Paul Ouellette



Anne Chong Hill



Raymond Cloutier



Michel Veillette



Linda Boxall

MEMBER PROFILES

Cynthia Currie, Chairperson

Tenure: March 1997 - March 31, 2002 Cynthia Currie is a native of Georgetown, Guyana. Prior to her appointment as Council Chairperson, she was General Manager of the Canadian Chicken Marketing Agency (now known as the Chicken Farmers of Canada). She also served as a member of the Canadian Agrifood Marketing Council and the Agriculture, Food and Beverage Sectoral Advisory Group on International Trade.

Ron O'Connor, Vice-Chairperson

Tenure: January 1998 - January 2001 Ron O'Connor is from Shelburne, Ontario, and is the owner/operator of Irm-Ron Farms Ltd. He is a former Director on the Board of Chicken Farmers of Ontario (CFO) and served as CFO since 1988. and served as CFO Chairman in 1996-97

Lorraine Arnett, Member

Tenure: October 1999 - October 2001 Lorraine Arnett is from Durham, Ontario. She and her family partners own and operate a small mixed farm, including a 10,000 ft² broiler barn. She is the comptroller of Bert Fisher Farms Ltd., Fisher Feeds Ltd. and associated companies, of Listowel, Ontario.

Anne Chong Hill, Member

Tenure: June 1998- June 2001 Anne Chong Hill was born in Brunei. An awardwinning entrepreneur, she is co-founder and partner of Global Gourmet Foods Inc. She has

organized several major food promotions in China and recently launched a new fast-food kiosk business in Bejing. She is also a member of the Canadian Agri-Food Marketing Council.

Raymond Cloutier, Member

Tenure: June 1998 - June 2001 Raymond Cloutier is from Ste-Foy, Québec, and served for many years as Director of Trade Policy for the Québec Ministry of Agriculture, Fisheries and Food. In 1997, he was decorated as Commandeur de l'Ordre du mérite agricole, with mention of Très grand mérite spécial.

David Coburn, Member

Tenure: January 1998 - January 2001 David Coburn is a native and resident of Keswick, New Brunswick.. He is manager of W.B. Coburn & Sons, a sixth-generation family farm. A past-president of the New Brunswick Federation of Agriculture, he received the 1995 Outstanding Young Farmers of Atlantic Canada award and was named an Honorary Associate of the Nova Scotia Agricultural College in 1999.

John A. (Sandy) McCurrach, Member

Tenure: June 1998 - June 2001 Sandy McCurrach, from Kamloops, B.C., is owner and President of Purity Feed Co. Ltd., and owner and manager of Jamieson Creek Ranch. He is a former turkey producer and past executive member of several agri-food organizations.

Paul Ouellette, Member

Tenure: January 1997 - January 2001 Paul Ouellette, a native of Marieville, Québec, is founder and partner of several poultry distribution businesses. He is past-president of the Canadian Poultry and Egg Processors' Council and a pastpresident and long-serving former member of the Association des abattoirs avicoles du Québec.

Michel Veillette, Member

Tenure: January 1997 - January 2003 Michel Veillette, a native of St. Maurice, Québec, served as a Member of Parliament from May 1979 to September 1984, and was also Parliamentary Secretary to the Minister of Consumer and Corporate Affairs. He is a past-president of Froma-Dar Inc., a manufacturer and distributor of specialty cheeses, and is a former vice-president of a dairy company.

Linda Boxall

Tenure: July 1994 - July 1999 Vice-President: May 1997 - July 1999 Linda Boxall was born and raised in Regina, Saskatchewan, and she owns and operates a grain farm in that province. She is also President of Sunshine International, L.B. Café Inc., and VIP Special Event Catering.

THE COUNCIL MEMBERS

the sector and the supply management system.

They consider initiatives to promote the strength of the sector and resolve problems.

They decide on policy advice to the Minister.

The Chairperson is the only full-time member and is supported by a Vice Chairperson and the full-time Council staff.

ACTIVITIES IN 1999

In 1999, Council members said good-bye, with thanks and appreciation, to Vice Chairperson Linda Boxall, who completed her term of service in July. She had been a Council member since July 1994.

Council member Ron O'Connor was named the new Vice Chairperson.

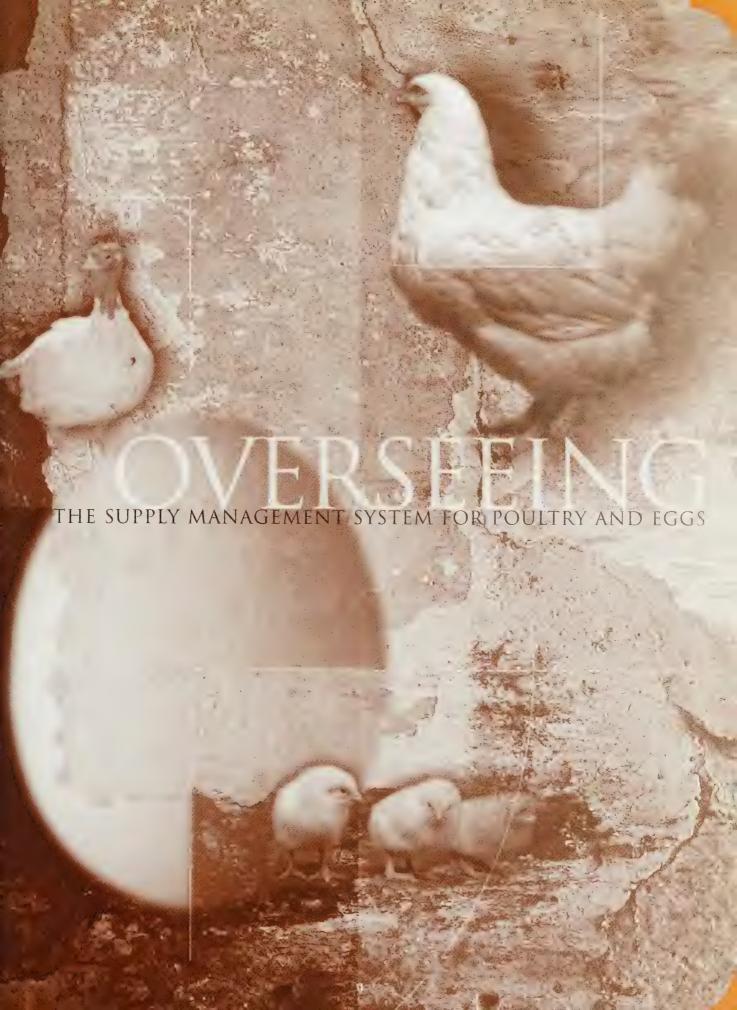
New member Lorraine Arnett was appointed to the Council on October 19, to bring the Council back up to its full complement.

During 1999, the Council met 12 times (including 5 teleconferences and one meeting in Québec City). The Executive Committee met 8 times. Council processed 17 prior-approvals: 4 for levy orders, 12 for quota orders and 1 for licensing. Council conducted one hearing into a formal complaint. Council members had a full-day orientation session on alternative dispute resolution. They had briefings and

initiated a regular series of conversations at the Council meetings with guests from the sector and related areas on issues touching the supply managed sectors.

Council members did their own outreach about the Council and Council business.

They updated the sectoral associations about Council activities at events throughout the year. Several Council members participated in the Poultry Meat Export Awareness Mission to Asia in October, and gave follow-up presentations and media interviews.



WITH THE SECTOR

WORK WITH THE NATIONAL AGENCIES

Under the Farm Product Agencies Act, the Council is to ensure that an Agency carries out its operations so as to promote a strong, competitive production and marketing industry, and to have due regard for the interest of both producers and consumers.

There are four sectoral agencies: Canadian Turkey Marketing Agency, Chicken Farmers of Canada, Canadian Egg Marketing Agency, and Canadian Broiler Hatching Egg Marketing Agency.

The Council evaluates quota and levy orders proposed by an agency during the year. The Canadian Turkey Marketing Agency (CTMA), for example, generally proposes two quota orders and one levy order per year. After an agency decides to raise an order, the agency sends the proposed order first to the Privy Council Office for "blue star" approval, with a copy of the draft to Council staff. If PCO agrees that the proposal complies with Statutory Instruments Act, it "blue stars" the order. The order then comes to Council, where Council staff evaluate it and brief the Council members on it. Council members then decide whether to give the order final "prior-approval" (i.e. "prior" to the agency implementing it).

Council members and staff attend agency events and Board of Directors meetings, where they regularly update the agency on Council's activities and answer any questions about Council procedures, powers, and the Farm Products Agencies Act. Agency executive members are also frequently invited to meet with Council to explain initiatives and provide the rationale for their orders and regulations.

TURKEY

The Canadian Turkey Marketing Agency (CTMA) was created in 1973 to manage the supply of turkey in Canada. Its Board of Directors has eight provincial producer members, two primary processors members and one further processor member.

The Council's role and work with the Canadian Turkey Marketing Agency (CTMA) follow the normal pattern of business with a commodity agency. Each year, special issues or projects come up for each commodity agency.

In 1999, Council Chairperson Cynthia Currie congratulated the CTMA on its 25th anniversary at the CTMA's March annual meeting. A big anniversary project for the CTMA was the complete revamp of its quota allocation policy, including extensive consultations across the sector. Council members had a full briefing from the CTMA at the year's end on the flexibility and stability the new allocation policy will give the marketing system.

Council also worked with the CTMA to incorporate amendments to its Levies Orders. These amendments ensured that the collection of producer levies for marketings of turkey within a province, between province or in export trade are reflected in the Levies Order submitted to Council for prior-approval. This pertained only to the Order, not to the process used to collect and remit producer levies.

Interest in benchmarking in the turkey sector gained momentum in 1999, benefiting from the Council's 1998 initiatives on benchmarking (the November 1998 workshop, discussion, and related paper in spring 1999). One result is a joint study on benchmarking by CTMA and Canadian Poultry and Egg Processors Council through their Canadian Turkey Federation. This study was examining Canadian and U.S. production and primary processing sectors and was to be ready in January 2000.

Council applauded such initiatives as the benchmarking study that link the producers at CTMA and the processors at CPEPC. Another joint project was the Turkey Tuesday promotional campaign to consumers. The results for the first year of the campaign came out in 1999, showing a jump in visits to the CTMA website and 5.5% higher domestic turkey disappearance in May — October 1999 than in the same period in 1998. Usage and attitude

The NFPC commodity advisors (from l. to r.):
Robert Botsford (table and hatching eggs regime,
but on job swap at Agriculture and Agri-Food
Canada for part of 1999), Jurgen Schiffer (turkey
and chicken meat regime), Denis Rhéaume (on
job swap at NFPC in Robert Botsford's position for
part of 1999)



testing will continue to track more results. This kind of cooperation across the sector brought practical help to the industry and bottom line benefits to all.

CHICKEN

The Chicken Farmers of Canada (CFC) was created in 1978 to manage the supply of chicken in Canada. Its 14-member Board of Directors is made up of farmers appointed each year by provincial marketing boards which are signatories to the federal-provincial agreement that created CFC. (B.C. is not a signatory to the FPA but participates in the supply management system and sits on the board). Non-farmer directors (one from the restaurant industry, one from the further processing industry) are appointed for two-year terms by their respective national associations.

Through 1999, Council kept a sharp eye on how the CFC adjusted the national cap under its National Allocation Agreement (NAA) and how it established provincial requirements for its periodic quota allocations. Several times the Council identified concerns to the CFC. The cap was being set without any supporting analysis. The periodic quota allocations were being set simply as the sum of requests from the provincial producers, which far exceeded the estimated refinements from the downstream stakeholder groups.

Council was pleased that the Agency undertook a review of the NAA during the year, making the refinements necessary to keep the system dynamic. Council also followed closely the risk that the B.C. and Alberta chicken boards might withdraw from the national supply management system. Alberta served its notice of withdrawal from the chicken Federal-Provincial Agreement to the CFC on December 31, 1999, to take effect on December 31, 2000. Alberta's action was prompted by uncertainty over B.C.'s future participation in the system following conflict between producers and processors concerning B.C.'s export program. This notice can be retracted anytime until the end of February 2000. At the end of 1999, Council stood ready to offer what facilitation might be helpful.

Council was involved in policy discussions about proposed changes to the chicken tariff rate quota (TRQ) system, administered by the Department of Foreign Affairs and International Trade (DFAIT). After several months of consultations, a new policy was proposed, but it was not to the liking of all industry players. In December, this proposal was withdrawn and, as 1999 ended, DFAIT was seeking industry consensus on a new approach. The Council will continue to be part of that work in 2000.

Council met regularly with the Agency's Executive and had regular updates about the CFC's progress in developing its long-term strategic plan. The plan included a major study on consumer attitudes and use of chicken, and ambitious new chicken consumption targets. If the higher domestic consumption target (30 kgs per person) is achieved, that will also make more product available for

export, hence the need to develop export opportunities more strategically.

Progress has also been made in developing a new Federal-Provincial Agreement.

TABLE EGGS

The Canadian Egg Marketing Agency
(CEMA) has managed the supply of eggs in
Canada since its creation in 1972. Its Board
of Directors includes representatives from the
10 signatory provincial and the Northwest
Territories (NWT) commodity boards, three
representatives from the Canadian Poultry
and Egg Processors' Council and one from
the Consumers' Association of Canada. It
was in 1999 that the NWT became a voting
member of CEMA, as discussed in a later
section of this Review.

In addition to reviewing and prior-approving CEMA's proposed orders and regulations, the Council identified and encouraged improvements to long-term planning by the sector, and facilitated communications between the national-level CEMA and its provincial signatories.

So, for example, starting from late in 1998, the Council urged CEMA to develop a long-term export strategy upon which to build a consistent, uniform "grow for export" programme. The Council also expressed concern about how CEMA was applying the overbase criteria in its founding Proclamation, when it set quota allocation increases.

The Council also observed increasing unhappiness from the provincial signatories on allocation and other issues. In February,

the Council facilitated a meeting between CEMA, the Ontario Farm Products Marketing Commission (Council's provincial counterpart) and the Ontario Egg Producers to go over Ontario's concerns about CEMA's method of allocating overbase quota. In March, the Council facilitated a meeting between CEMA and Québec's producer board, after the latter withdrew from the national industrial product removal programme and stopped remitting levies.

In light of these developments and its own concerns, the Council suggested that an independent facilitator be contracted to help the agency resolve difficulties. This was done, with a Council representative attending the sessions as an observer. Recommendations from these sessions were adopted in July by CEMA's Board of Directors. One key outcome was a major study of CEMA's export policies and programmes delivered in the fall. Québec

started to remit levies again, but refused to remit the past due levies until more of the recommendations were actually implemented.

Then, in autumn, Alberta stated it did not support the interim formula for overbase quota allocation and raised its allocation demand, as did Ontario and Manitoba.

Alberta also withheld its industrial product and its administrative levies from CEMA.



In November, CEMA was unable to reach agreement on quota allocation for the year 2000, so it sought approval of a two month extension to the existing quota and levy orders while it continued work to reach agreement. The Council reluctantly approved this extension first for the levy order and then the quota order, but identified many allocation and supply issues that the agency still needed to resolve on an urgent basis before it could consider new orders.

Throughout, Council maintained a very active — almost daily — contact with CEMA. Council members and the Council Chairperson met several times during the year with the CEMA Executive.

BROILER HATCHING EGGS

Created in 1986, the Canadian Broiler
Hatching Egg Marketing Agency (CBHEMA)
manages the supply of broiler hatching eggs
in Canada. The seven-member board of
directors includes representatives from the
five provincial commodity boards (Quebec,
Ontario, Manitoba, Alberta, and British
Columbia), and two representatives appointed by the Governor-in-Council (positions
vacant since 1996 and 1998 respectively).

In 1999, Council's attention was mainly occupied by (1) a formal complaint brought to Council by the Ontario Broiler Hatching Egg and Chick Commission against the CBHEMA and how the latter accounts for imports in its hatching egg allocation, (2) conducting formal hearings into the complaint and issuing its formal recommendations (described more

fully in a later section of this Review),

- (3) issuing its conclusions and recommendations in a June hearings report, and
- (4) facilitating follow-up by the sector on the Council recommendations.

In September, Council was not able to prior-approve CBHEMA's proposed quota order for 2000, since it did not conform to the findings and recommendations from the hearings report.

CBHEMA did accept the Council's recommendation to contract a professional mediator. However, despite much work and travel between the players in the autumn, the mediator made no headway and the contract was ended. Council met frequently with the agency through this period and lent its encouragement and advice.

By year end, a tentative agreement was formulated among the five members of CBHEMA's Board of Directors, but not in time for new orders and regulations to be submitted to the Council. The Agency started off the new year without quota and levy orders or other regulations in place, but was readying its new proposals for Council prior-approval.

OTHER PARTS OF THE SECTOR

The Council keeps in regular contact with other organizations in the poultry and egg sector, and includes them in discussions and joint initiatives.

In June, the Council included representatives of the Canadian Poultry and Egg Processors Council (CPEPC) and the Further Poultry Processors Association of Canada (FPPAC) in the Québec City meeting with the Executive Committees of each of the national marketing agencies. The major topic was the trade position agreed to by producers and processors which was to be advanced to the Government of Canada in respect of the upcoming WTO trade negotiations.

Again, FPPAC representatives Messrs.

Robert deValk and Jeff McHaffie joined

Council members in November for discussions which included the results of a recent hearing conducted by the Ontario Farm Products

Marketing Commission regarding chicken allocation to processors in Ontario, and FPPAC's support for proposed changes in the administration of the chicken Tariff Rate Quota (TRQ) system for the year 2000 and beyond.

Representatives of the Canadian Restaurant and Foodservice Association (CRFA) met with the Council in September to discuss, mainly, the chicken industry in Canada. Specific items addressed included the national chicken allocation system, competitiveness in the chicken industry with particular reference to the method of assigning product volumes to processors in Ontario, and the CRFA's position paper on the WTO agriculture negotiations.

Also in September, Mr. Myles Frosst,

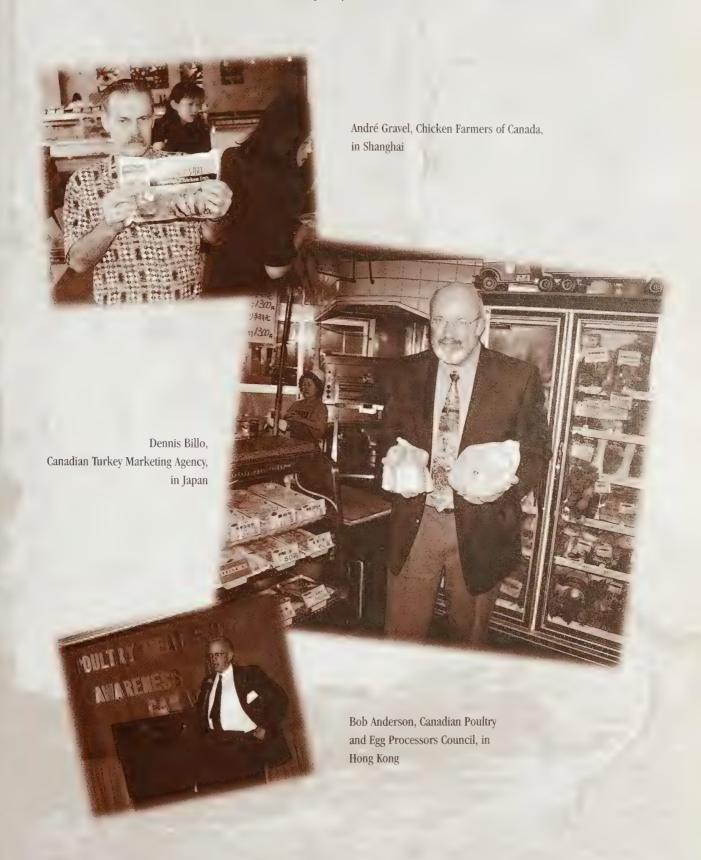
Executive Director of the Canadian Agri-Food

Marketing Council (CAMC) reported on the

mandate, vision and proposed action plan

of CAMC.

The Council does joint initiatives with the national agencies and other organizations in the sector, such as the poultry mission to Asia:



WORK WITH THE PROVINCES & INVITED

The Council also keeps in touch and works with players at the provincial and territorial level within the supply managed system.

Sometimes this is informal, with the provincial or territorial commodity boards. Council members attend most annual meetings of provincial commodity boards to keep in touch with developments at that level. Among other examples of cooperation with provincial-level groups in 1999, the Council was a sponsor of the Union des producteurs agricules' 50th anniversary media insert, and offered its spot at a community agricultural celebration in Ottawa to the Ontario Egg Producers.

Other times it is formal, longer-term projects with the provincial or territorial governments.

NAASA

The relationship at the national level between the Council and the four commodity agencies (CTMA, CFC, CEMA, CBHEMA) has a counterpart in each province and, now, in the Northwest Territories for table eggs.

The provincial and territorial government supervisory agencies join with the Council in the National Association of Agri-Food Supervisory Agencies (NAASA). NAASA is the main channel by which Council works and consults with the provinces. The Council is an active member, providing much background knowledge, preparing material for joint reports, contributing to joint communications, hosting meetings, and identifying actions needed.

In 1999, there were three formal NAASA meetings, plus many teleconferences.

RENEWED FEDERAL-PROVINCIAL AGREEMENTS

In 1999, a major project for NAASA was encouraging progress towards renewed Federal-Provincial Agreements (FPAs) for each of the supply-managed commodities by the deadline of December 31, 1999, set by federal and provincial agriculture ministers in 1998. These Agreements dovetail federal and provincial jurisdictions to allow the national agencies to regulate effectively the marketing of product within a province, between provinces and in export trade.

The renewal aims to split out from the Federal-Provincial agreements the description of the nuts and bolts details of operations. If these are moved into separate Operating Agreements (OAs), then they can be adjusted using a less cumbersome amending formula. Then, the new Federal-Provincial Agreements can remain largely to describe the legal relationship between federal and provincial powers.

Before any FPAs can be concluded, these new OAs need to be created. In 1998, Ministers instructed that commodity working groups, led by the national agencies, should do this. The NAASA members were to keep in touch with the working groups and coordinate work on the FPAs.

In 1999, progress by the working groups was slow.

At the beginning of the year, all agencies except CBHEMA had activated a working group. In April, NAASA provided the groups and Ministers with draft FPAs. By late spring, NAASA was worried by the slow pace of work and urged the working groups on.

In July, NAASA tabled a progress report at the annual federal-provincial agriculture ministers' meeting in Prince Albert (a meeting attended by the Council Chairperson).

Ministers reconfirmed to the working groups the year-end deadline.

In August, CTMA and CFC identified some concerns and requested guidance from NAASA. The Council led a consensus building process among NAASA members to establish NAASA's position on each of the concerns. This was provided to both agencies in September. In a follow-up meeting convened by the Council, the two agencies told the NAASA and Council chairpersons that they needed a face-to-face meeting with the whole NAASA before proceeding. Such a meeting was finally possible in November, hosted by Council in Ottawa. After the meeting, the two agencies pronounced themselves able to move forward on their OAs.

Meanwhile, all the substantive provisions of the new FPAs for chicken and turkey were agreed to, with the only issue yet unresolved being that of Ministerial authority to withdraw a province from the national system for a commodity without concurrence of the provincial producer boards.

In 1999, CEMA and CBHEMA made no progress, as they needed to focus on resolving major internal issues before they could turn their attention to new OAs or FPAs.

In its November progress report to Deputy Ministers, NAASA noted that none of the FPAs would be ready by the deadline, but that work would continue in 2000.

FINAL NWT ENTRY TO EGG SYSTEM

Council took an active role on the final steps confirming entry by the Northwest Territories into the national system as a full and equal member of the CEMA.

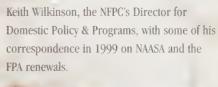
Once the NWT government signed off on its marketing plan and regulations in early March, the federal government was able to complete the legal steps to bring the NWT in. In March, the Special Committee of the Governor-in-Council issued its Order to amend the CEMA Proclamation to include NWT. The amendment was registered in April and published in the Canada Gazette in May.

Council took the lead on this process by: tracking each stage, briefing the Minister, preparing the required Cabinet documents, steering them through approvals from the Minister and the Ministerial-level Steering Committee, and ensuring registration and insertion into the Canada Gazette.

By the end of the year, the NWT had appointed a member to CEMA's Board of Directors, but still needed to conclude a service agreement, as required by the NWT's marketing regulations. As a result, CEMA was not yet collecting levies on product produced in NWT and had not implemented an industrial product removal programme.



Council Chairperson Cynthia Currie addressing a meeting of the Chicken Farmers of Ontario.





PROMOTION ALTERNATIVE DISPUTE RESOLUTION

Over the years some parts of the industry identified the need for more effective ways to resolve disputes in the pontry and egg sectors. This was again raised as an issue at the Council's 1998 Profitability Workshop.

The Farm Products Agencies Act (which established Council) gives Council the authority and mandate to deal with complaints about the operation of the supply management system for poultry and eggs. There is a formal process for doing so. While Council has streamlined the process, it is still simpler (and cheaper) if a dispute can be resolved before it enters the formal complaints process. Council has often facilitated meetings to attempt this.

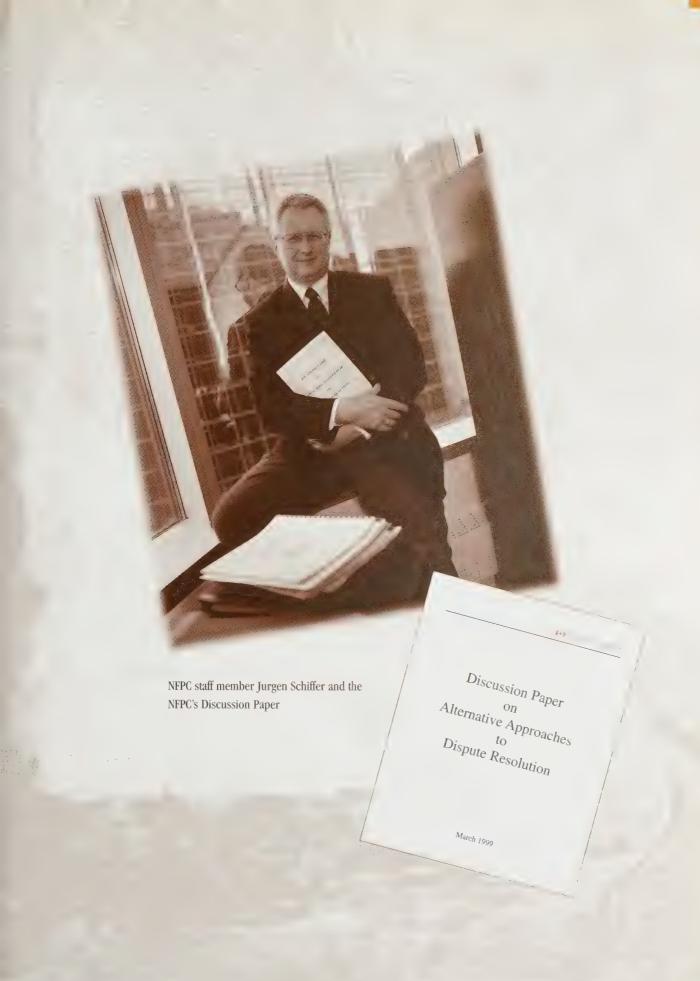
Council decided to build on this approach to address the need expressed by the industry.

In 1990. Council took the lead in exploring recent developments in the field of alternative dispute resolution and how they might apply to the supply management system for poultry and eggs.

As part of this initiative, the Council Chairperson and a staff member attended two workshops on the subject presented through the University of Windsor Faculty of Law. Council staff also organized a full-day orientation and discussion session for the Council members.

Council assembled the results of its investigation in the Discussion Paper on Alternative Dispute Resolution, which was widely circulated in the sector and among the national commodity agencies. It was designed to be particularly useful to the commodity agency working groups charged with drafting Operating Agreements under the revised structure for renewed Federal-Provincial Agreements.

While no conclusions on a new dispute resolution mechanism was reached, the Canadian Poultry & Egg Processors Council developed a discussion paper on a proposed mechanism, which was circulated to the agencies.



A COMPLAINT HEARING IN THE HATCHING EGG SECTOR

In time, the Council held an inquiry into a complaint by the provincial-level Ontario Broiler Hatching Egg (OBHECC) against the national-level Canadian Broiler Hatching Egg Marketing Agency (CBHEMA). It is part of the Council's mandate to conduct a complaint hearing whenever an industry player claims to be adversely affected by a decision of a supply management agency.

OMJECC complained that CBHEMA failed to make provincial adjustments for imports in its quota allocation multinulology that were consistent with the actual allocation of import permits by the Export and Import Control Bureau of the Department of Foreign Affairs and International Trade (DFAIT).

the Council offered OBHECC and CBHEMA the opportunity to discuss various options for dealing with the complaint, one of which involved mediation by a neutral third party. However, OBHECC did not support mediation, arguing that previous attempts at mediation were not successful. So, the Council's Complaints Committee held hearings.

The Council's Complaint Committee presented its findings on various points of the economic, policy and legal arguments presented at the inquiry. It noted the difficulties OBHECC had over the past years to acquire adequate supplies of broiler hatching eggs. The Committee noted that, by not recognizing the reality of EICB's distribution of import permits, CBHEMA forced itself to develop a number of artificial means (usually involving financial transactions)

to meet provincial market requirements. These additional costs, whether through a short-term quota leasing arrangement or a proposed permanent interprovincial quota purchase program, indicated the need to amend the allocation system.

The Committee concluded that resolution lay not so much in a ruling on the details of these artificial, "band-aid" solutions, but by the parties addressing fundamental problems with the allocation system. The Committee strongly recommended that a professional mediator be contracted.

CBHEMA did so and work began, under the watchful eye and encouragement of the Council, to the result already described under the Broiler Hatching Eggs section earlier in this Review.



Hearings Secretary Carola McWade, the NFPC's Director for Regulatory Affairs & Operations, with revised Complaint Guidelines.

IMPROVING COMPLAINT GUIDELINES

Council continues to hear complaints from industry stakeholders against agency decisions.

Section 7(1)(f) of our Act says that Council will inquire into complaints made to it by any person or party affected by a decision made by an Agency. Typically, a hearing is convened and the Council appoints a Complaints Committee consisting of at least two Council members to hear the complaint. After a hearing is held by the Complaints Committee, a report with recommendations is submitted to the full Council for a decision.

In 1999, Council revised its Complaint Guidelines to simplify the process for submitting a complaint to Council. The previous Guidelines were quite inflexible in that a full submission had to be made to the Council at the time the complaint was filed.

The new Guidelines require only that persons or parties write to the Council stating the nature of the complaint, the grounds for filing it, and what they expect from the Council with regard to the complaint. If the Council decides to hold a hearing into the complaint, the complainant will be notified of the date and place for the hearing and the deadline for filing a full submission.

Other revisions included changing the time definitions in the Guidelines from business days to calendar days.

Lastly, the Council formally included an encouragement to persons and parties that efforts be made to resolve disputes through alternative dispute resolution before they file a complaint with the Council.



& ADVISING OUR INDUSTRY & GOVERNMENT PARTNERS

throughout the year. Council enhanced its role as a source of information and advice to both industry and government stakeholders.

Because it works daily with the poultry and egg industry, Council is in a unique position to provide the Minister and Department of Agriculture and Agri-Food with timely and relevant insights into the sector and its concerns. Conversely, Council provides a window into the federal government for poultry and egg industry stakeholders.

Council members and staff maintain regular liaison with a wide network of contacts and keep them updated on a wide range of subjects. Several times this year, Council briefed the Minister on industry developments and sought formal Ministerial guidance on certain points. Council contributed to federal deliberations on multilateral rules for investment and competition policy, and on new AAFC policies to support aboriginal agriculture. Through its newsletter and website, Council kept industry stakeholders regularly informed of interesting developments, notably in the US poultry and egg industries.

Trade policy issues were high on the Council's agenda. Trade policy issues were discussed at every regular Council meeting and in much of Council's outreach to industry and government during the year.

Council set out to be well-informed and to provide informed input on trade policy issues. In February, Council members and staff attended the USDA's Outlook Conference in Washington. In April, all Council participated in the pre-WTO federal-provincial conference "Towards an Agricultural Trade Position: Dialogue with Canadian Industry". Throughout the year, Council provided the Minister with advice, as Canada developed its WTO negotiating position on agriculture, peaking with November preparations for the Seattle ministerial meeting. Despite the failure to launch a

new WTO round in Seattle, work will continue in 2000 and Council will have an active part.

Council also set out to share information on trade policy issues. In May, Council hosted a special meeting of poultry and egg industry stakeholders with James Schroeder, the Deputy Secretary of Farm and Foreign Agricultural Services at the U.S. Department of Agriculture. Twice Council briefed Chinese government delegations: in June, for a large group of Chinese officials interested in the

regulation of agricultural markets in Canada and again in October when a smaller group of Chinese agricultural officials came to Ottawa to learn about Canada's approach to implementing its WTO commitments. In November, Council organized a special meeting of poultry and egg industry stakeholders to hear trade officials discuss the WTO's decision on Canada's dairy export programs.



EXPORT AWARENESS

The Council is a member of Team Canada Inc., the partnership of government agencies that is the starting point for guidance on export readiness, export market intelligence and export promotion programmes. Export awareness is a regular element of Council's outreach and information-sharing in the sector.

In 1999, the major project was the first-ever Canadian Poultry Meat Export Awareness Mission to Shanghai, Hong Kong, Seoul, Tokyo and Osaka, September 22 to October 8.

It was organized by the Council in cooperation with Agriculture and Agri-food Canada, the Canadian Poultry and Egg Processors Council, and Canada's Embassies and Consulates in the region. It was partially funded under the Agri-Food Trade 2000 program.

the mission aimed (1) to assess the potential of these Asian markets for expanded sales of Canadian poultry meat products (both chicken and turkey), and (2) to communicate the findings to the Canadian poultry meat industry.

Mission members represented a cross-section of producers, processors, traders, sectoral associations, as well as Council members and staff.

They met poultry processing companies, poultry meat importers and distributers, poultry industry associations, foodservice operators, government officials. They visited retail outlets and the traditional streetside "wet markets". They attended two food industry trade shows (*Food China 1999* in Shanghai and *Hoteres and Foodex Kansai 1999* in

Osaka). In many of their meetings, mission members made presentations on the Canadian poultry meat industry and its products. In Hong Kong, a formal presentation was given to an invited audience of local traders.

The mission fully met its first aim by gathering a considerable amount of information on poultry meat markets in China, Hong Kong, Korea and Japan. Many mission members were surprised by the sophistication and pace of change in the poultry meat industries and markets of these countries, both in terms of

production capacity and technological development and in terms of consumer trends.

As for the second aim, Council prepared a mission report with input from the mission members. The report was widely circulated to the industry and posted on the Council website, along with four detailed market studies of the countries. Council sought interest for the mission from sectoral media, and several mission members gave interviews. Council also developed an audio-visual presentation

on the mission's activities and findings for mission members to use in their presentations at industry meetings in the coming months. Council hosted a follow-up meeting of the mission members in December and a working group was formed to engage in the on-going work resulting from the mission.

Chairperson Cynthia Currie and Mr. Shizu Fukuda of Z. Kuroda Ltd., a satisfied Japanese importer of Canadian poultry.



helped the NFPC to produce this Report, which was widely circulated in

SHARING BEST PRACTICES

Unusual gives importance to initiatives (by others or our own) that discover and share information useful to the industry. For example, Council was one of the sponsors of the Poultry Industry Council's October conference on animal health. Council also directed members of the sector towards other sources of support and financing for such initiatives, such as through AAFC programmes.

Among our own initiatives is on-going work on Cost of Production Guidelines (COP). The Council's Cost of Production Guidelines (produced late in the autumn of 1998) were further disseminated in the sector and made available via the Council website.

OEMA decided that its Cost of Production Committee will work with the Council on COP Guidelines. While some issues of cost and resources were still to be settled, CEMA intended that this be the base from which it would conduct its national COP survey of its members in 2000.

Council is interested in this field as part of its mandate both to strengthen the efficiency and competitiveness of the industry and to have due regard for the interests of producers, industry stakeholders and consumers. Council first developed COP Guidelines in 1984 and has amended them over the years to reflect changing business practices and estimation techniques.

Benchmarking is another area of interest to Council. At the Council's "Growing the Industry Profitably" workshop in autumn 1998, the four commodity sectors all identified the need for benchmarking at both the producer and processor levels. In the spring

of 1999, Council produced a paper on benchmarking. The paper discussed current concepts, advantages and disadvantages and identified sources of funding that help industries to introduce benchmarking. The broiler hatching sector completed their look at benchmarking

in 1998. The turkey sector made good use of this focus on benchmarking for its own work during 1999, and the chicken sector has benchmarking in its strategic plan.



POSSIBLE APPLICATION FOR FIRST PROMOTION/RESEARCH

AGENCY

It is the Council's mandate to look into the benefits of establishing a promotion and research agency at the written request of one or more associations representing a significant number of primary producers. In 1999, the Canadian Cattlemen's Association (CCA) was preparing such a request and the Council was preparing to receive it.

The Farm Products Agencies Act provides for the establishment of both marketing and promotion-research species for farm products. Originally, the legislation had not allowed for the latter, but that was changed in 1993.

A promotion-research agency, as defined under the Act, can conduct primary production research, new product development, advertising and promotion, nutritional research and consumer education. To do this, it is funded by levies (or "check-offs") paid by domestic producers and, perhaps, levies on imports. Levies can be mandatory or



PROMOTING THE STRENGTH OF THE SECTOR

refundable. All farm products are eligible to have such an agency, including wheat and barley regulated under the Canadian Wheat Board Act.

If the Council receives a formal request or application, it must conduct at least one public hearing to examine the validity of a proposal, to determine the level of producer support, and to determine whether the establishment of such an agency would be in the public interest. The Council then would make its recommendations to the Minister of Agriculture and Agri-Food. The Council might suggest the terms of a promotion and research plan that an agency would be authorized to implement, or the powers that an agency could hold under the Act.

Since 1993, various commodity groups have explored the possibility of creating a national promotion/research agency, but none has yet been established.

In July of 1999, the Council was notified by the Canadian Cattlemen's Association(CCA) to expect a proposal for a Canadian Beef Cattle Research, Market Development and Promotion Agency. The CCA was working closely with Agriculture and Agri-Food Canada to develop a complete proposal.

In anticipation, Council staff began preparations for public hearings. Council staff also met with the CCA Executive to explain the hearing process and requirements of the Farm Products Agencies Act.

In 1999, Council staff also began work with Markets and Industry Services Branch of AAFC to produce a user-friendly information kit on promotion-research agencies, to be available early in the year 2000.



EFFORTS WITH FEDERAL PARTNERS

As a federal agency under the Minister of Agriculture and Agri-food, Council is an active member of the Agriculture and Agri-food Portfolio Coordination Working Group. The Working Group's other members are the Department of Agriculture and Agri-food Canada (AAFC), the Canadian Food Inspection Agency. Farm Credit Corporation, the Canadian Wheat Board, the Canadian Grain Commission and the Canadian Dairy Commission. During 1999, the Group developed a portfolio reporting calendar, agreed on a joint list of issues for environmental scanning, discussed Ministerial priorities across the portfolio and provided advice to the Minister on trade policy issues. The Council Chairperson also meets periodically with the other portfolio agency heads.

Council is one of 22 federal government departments and agencies that belong to Team Canada Inc. (TCI). TCI is a unique 'virtual' trade agency that co-ordinates the export development programs and services of its members, and provides a single window of service to Canadian exporters. Council is represented on the TCI Management Board and on the Deputy Ministerial Committee on International Business Development which gives broad strategic direction to TCI. During 1999, TCI further enhanced its very popular web site http://exportsource.gc.ca, produced an excellent step-by-step guide to exporting and generally improved the coordination of programs and services among its members. Council's Export Awareness Mission to Asia was promoted as a Team Canada Inc. event.

In addition to these formal co-ordination mechanisms, Council has active contact with a wide range of federal and provincial government partners.

Of course, the Council Chairperson and staff are in contact with Agriculture and Agrifood Canada almost daily, especially with the Minister's office, the Deputy Minister's office, Market and Industry Services Branch, Policy Branch, Corporate Services Branch and Communications Branch. The Council Executive Director also attends the AAFC's weekly "Heads Up" Committee meeting.

The Minister met in February with Council and in April visited with Council staff for a briefing on Council business and issues for these supply-managed sectors. He also had a presentation on the Council's young Website and the Council's new (and first) Annual Review.

Assistant Deputy Minister Andrew Graham,
Corporate Services Branch, met with the
Council members in April to provide an
overview of the Minister's and the Department's
priorities for the coming year. In November,
Mr. Gordon Richardson of the Market and

Industry Services Branch presented to the Council members the Department's export marketing development strategy.

The Department of Foreign Affairs and International Trade (DFAIT) is another important government partner. DFAIT is responsible for trade policy and administering import quotas for poultry and eggs. Council is a member of DFAIT's Chicken and Turkey Tariff Quota Advisory Committee.



THE COMMUNICATIONS PLAN

"The National Farm Products Council? Never heard of it. What does it do, anyway?"

In 1997, the Council's first communications officer in many years was facing a challenge. This was a typical response even from within the supply managed sectors and some government agriculture circles!

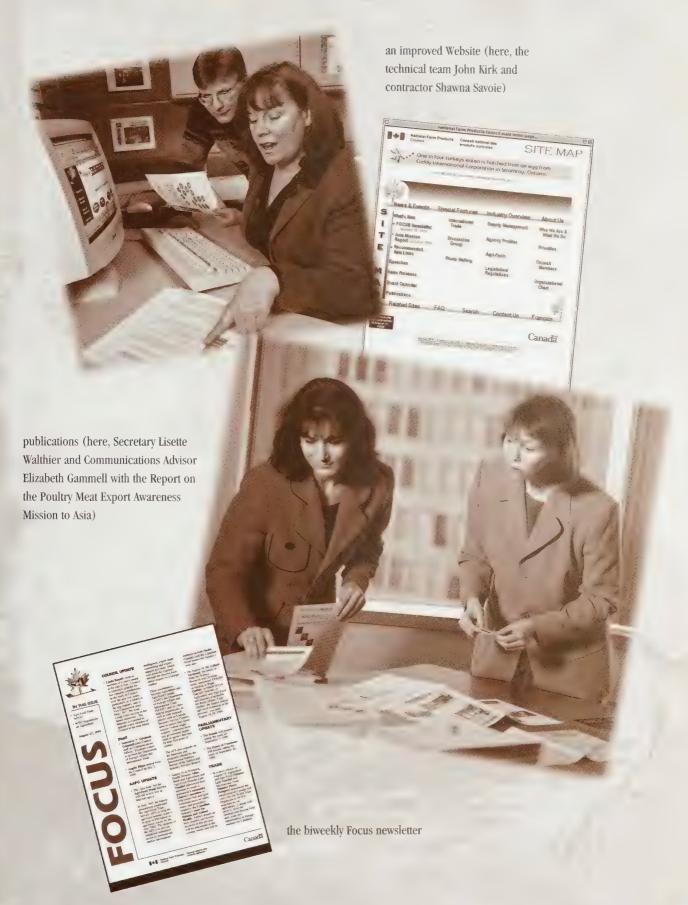
So, 1997-1998 saw a whirlwind of first-time projects, laying a foundation of work well begun: print material, a Website, corporate identity design, structured outreach through speaking engagements and media interviews, media tracking, publicity support for Council initiatives.

The most important, though, was no doubt the Communications Plan. It set out how the Council would make uself better known for what it was, but also set down ideas on what the Council could be.

1999 saw continued implementation of the communications plan. The first in this series of Annual Reviews came out in March. Communications work supported the Poultry Meat Export Awareness Mission to Asia and spread the word in the industry. Better use was made of the Website, with an improving architecture, and new sections on international trade and Council complaints guidelines. Council consolidated better connections of outreach and information-sharing with other government departments, with industry associations, and with the commodity agencies at national and provincial levels.

At the end of 1999, the Council may not have won "top-of-mind recall", but it was starting to win a little different reaction:

"That was useful information. I didn't know the Council did all that..."



COUNCIL OPERATIONS: MORE IMPROVEMENT OF THE PROPERTY OF THE

AGRICULTURAL PRODUCTS MARKETING ACT (APMA)

The Council's mandate under the APMA goes beyond the supply-managed poultry and egg commodity sectors. The Council shares responsibility for this with the Policy Branch of AAFC.

A commodity association (in a province, for example) may levy producers and use that money for such purposes as research, product development and consumer education, but it must be authorized to do so. The federal covernment has constitutional authority over such marketings on product moving between provinces or in export trade. A provincial government has authority over marketings within that province.

The APMA allows the federal government to delegate some of its authority over interprovincial or export trade to a province's commodity agency or commission. This generally happens when a province creates or amends its own provisions for marketings of a commodity in the province. It makes sense for the one body to administer



complementary provincial and federal powers. With an APMA delegation order, the provincial body can act as agent to administer the federal authority.

More than eighty boards and commissions across Canada use the APMA.

Council's job is to act as liaison with provincial boards and commissions who wish to apply for a delegation order or to process orders and regulations made under the APMA. Council provides them information and guidance, and steers their submissions through the regulatory process.

In 1999, the Council worked on 3 applications for delegation orders, which required Cabinet approval, and 6 requests for orders and regulations made pursuant to the Act.

IMPROVED DATA BASE

Another project for 1999 was a renewed poultry statistics database project. In November, NFPC reached agreement with CBHEMA and AAFC (Policy Branch and Market and Industry Services Branch) to redevelop together the query programs for chicken, turkey and stewing hen statistics. The program will allow users to build custom queries for various data series, time periods and geographic areas. The system will use AAFC's Poultry Statistics Databases as its source of information. CBHEMA hired a consultant to improve efficiency and utility, plus ensure Y2K compliance. The resulting software will also be Internet-ready, should Council decide to offer this service to the sector via the NFPC website.

REVIEWING COUNCIL STATUS

The Council is unique among federal agencies in that it has independent status under the Minister of Agriculture and Agri-food, yet receives its funding from Parliament via the Department of Agriculture and Agri-Food's Votes. In September 1999, a special policy advisor was seconded from Agriculture and Agri-food Canada to the Council to head a review of Council's status and identify the pros and cons of continuing this arrangement.

Work is expected to continue on this review until March 2000.

STAFFING ACTIONS

In 1999, three vacancies were filled on a permanent basis: the Analyst for Statistics and Special Projects, the Communications Officer, and the Assistant to the Chairperson and Executive Director. One job swap and one secondment to AAFC were also underway, so that Council staff could gain additional expertise in policy development and information to bring back to Council. A recruit from a private sector technical college was filling a term position to assist in website development.

UNIVERSAL CLASSIFICATION STANDARD

Following Treasury Board's plan to have all government jobs classified according to the Universal Classification Standard, Council rewrote all job descriptions in the UCS format, and submitted them to the Department for evaluation according to the new standard. Preliminary results are expected by February 2000, with final conversion scheduled for March 31, 2000.

E-FILING

A working group of staff was established to review the electronic filing system on the local area network within the Council. The objective is to develop a standard naming protocol for all shared files and to establish policies and procedures for all NFPC staff. The group was to present its recommendations in a report in January 2000.

TRAINING

The Council is committed to providing training and development opportunities for its employees. All employees are annually given the opportunity to identify courses to improve work skills and are also asked to identify areas of interest leading to personal and career development. Employees then work with managers to pursue these goals through various educational opportunities. A special training plan and budget has been established.

Most courses in 1999 focused on informatics, a recognition that these skills need to be constantly upgraded in today's workplace. As an overall development opportunity, Council organised a one day career planning workshop in May 1999, for all employees.

BUDGET PLANNING

Council staff implemented a new format for internal budget reporting to senior management and continue to work closely with financial planning officers at AAFC to ensure that financial resources are managed properly.

ELECTRONIQUE

Un groupe de travail choisi parmi le personnel a été établi afin d'examiner le réseau local au sein du Conseil. L'objectif est d'élaborer un protocole standard pour nommer tous les dossiers partagés et d'établir des politiques et procédures à l'intention de tout le personnel du Conseil. Le groupe est tout le présenter ses recommandations dans censé présenter ses recommandations dans un rapport en janvier 2000.

FORMATION

Le Consell s'est engagé à fournir des occasions de formation et de perfectionnement à ses employés. Tous les employés ont visant à améliorer leurs compétences au travail ainsi que les secteurs dans lesquels ils aimeraient poursuivre leur perfectionnement sur le plan personnel et professionnel. Les employés discutent ensuite avec leurs gestionnaires en vue d'atteindre ces buts grâce mployés discutent ensuite avec leurs grâce appoyés discutent ensuite avec leurs grâce par personnaires en vue d'atteindre ces buts grâce appoint de formation et un budget ont été établis à cette fin.

En 1999, la plupart des cours étaient axés sur l'informatique, ce qui souligne la nécessité d'améliorer constamment ses capacités sur le marché du travail d'aujourd'hui. Comme occasion de perfectionnement général, le personnelle d'un jour en mai 1999 à personnelle d'un jour en mai 1999 à l'intention de tous ses employés.

PLANIFICATION BUDGETAIRE

Le personnel du Conseil a mis en oeuvre une nouvelle structure budgétaire interne de présentation de rapports à la haute direction et continue à travailler étroitement avec les agents de planification financière d'AAC afin d'assurer la bonne gestion des ressources financières.

FORTELEUILLE CONSEIL DANS LE EXAMEN DE LA PLACE DU

Le Conseil est un organisme fédéral particulier en ce qu'il assume une situation indépendante tout en relevant du ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire, mais regoit son financement du Parlement dans le cadre des crédits accordés au ministère de septembre 1999, un conseiller stratégique spécial d'Agriculture et de l'Agroalimentaire. En spécial d'Agriculture et Agroalimentaire canada a été affecté au Conseil pour examiner la situation du Conseil et déterminer les avantages et inconvénients de conserver un tel avantagement. On s'attend à ce que cette étude arrangement. On s'attend à ce que cette étude se poursuive jusqu'en mars 2000.

WESURES DE DOTATION

En 1999, trois postes vacants ont été comblés sur une base permanente: l'analyste des statistiques et des projets spéciaux, l'agent de communications et l'adjoint à la présidente et au directeur exécutif. Un échange de postes et une affectation consente par AAC étaient en cours, de sorte que le personnel du Conseil taires en matière d'élaboration de politiques et d'acquisition d'information pouvant être et d'acquisition d'information pouvant être dans un collège technique du secteur privé dans un collège technique du secteur privé comblait un poste à durée déterminée afin d'aider à l'élaboration du site web.

NORME GÉNÉ<mark>rale de</mark> Classification

Conformément au plan du Conseil du Trésor visant à faire classifier tous les postes au gouvernement selon la Norme générale de classification, le Conseil a réécrit toutes les descriptions de travail selon la NGC et les a présentées au Ministère aux fins d'évaluation en fonction de la nouvelle norme. Les résultats préliminaires devraient parvenir en février préliminaires devraient parvenir et les aux des préliminaires devraient parvenir et les aux des préliminaires devraisient parvenir et les aux des préliminaires devraisient parvenir et les préliminaires devraiser de la préliminaire de la mouvelle nouvelle préliminaires devraiser préliminaires de préliminaire

une ordonnance de délégation prise en vertu de la LCPA, un organisme provincial peut agir à titre d'agent dans l'application des pouvoirs fédéraux.

Plus de 80 offices et commissions au

Canada utilisent la LCPA.

Le travail du Conseil consiste à agir comme agent de liaison avec les commissions et

agent de liaison avec les commissions et offices provinciaux qui désirent demander une ordonnances et règlements pris en vertu de la LCPA. Le Conseil leur fournit information et orientation en plus de piloter leurs soumissions dans le processus réglementaire. En 1999, le Conseil a travaillé à trois demandes d'ordonnances de défénation qui

demandes d'ordonnances de délégation, qui ont nécessité l'approbation du Cabinet, et à six demandes d'ordonnances et de règlements pris en vertu de la Loi.

WWITH MIT

service au secteur au moyen de son site web. Internet au cas où le Conseil décide d'offrir ce Le logiciel qui en résultera sera utilisable par en plus d'assurer la conformité à l'an 2000. améliorer l'efficacité et l'utilité des données, UOCCOIPC a embauché un consultant pour volaille d'AAC comme source d'information. utilisera les base de données statistiques sur la temps et les aires géographiques. Le système diverses séries de données, les périodes de questions personnalisées concernant les permettra aux utilisateurs de poser des dindon et la poule à bouillir. Le programme concernant les statistiques sur le poulet, le réponses aux demandes de renseignements de renouveler ensemble les programmes de services à l'industrie et aux marchés) en vue des politiques et Direction générale des avec l'OCCOIPC et AAC (Direction générale En novembre, le CNPA a conclu une entente la base de données statistiques sur la volaille. Un autre projet en 1999 était de renouveler

le 31 mars 2000.



FONCTIONNEMENT DU CONSEIL : AUTRES

AMELIOBATIONS

LOI SUR LA COMMERCIALISATION DES PRODUITS AGRICOLES (LCPA

Le mandat du Consell en vertu de la LCPA dépasse la gestion de l'offre pratiquée dans les secteurs de la volaille et des

the production qui est responsable d'une denrée, dans une province par exemple, peut imposer des redevances ou

oeufs. Le Conseil partage sa responsabilité avec la Direction générale des politiques d'AAC.

ant everyours aux producteurs et unliser les fonds ainsi perçus à des fins comme la recherche, la mise au point de produits et

Peducation des consonnantairs alle doit être autorisée à cette fin. Le gouvernement fédéral dispose des compétences

consilladonnelles en marêre de commercialisation de produits entre provinces ou sur le marché d'exportation. Un

gomennent provincial dispose des pouvoirs de réglementer la commercialisation au sein de sa province.

12 1/1974 purmet, au gouvernement fédéral de déléguer une partie de ses pouvoirs en matière de commerce interprovincial

ou d'exportutor à un office ou une commission provinciale responsable d'une denrée. Cela se produit habituellement

tersqu une province crée ou modifie ses propres dispositions de commercialisation d'un produit au sein de la province.

thest raisonnable qu'un seul organisme applique les pouvoirs provinciaux et fédéraux complémentaires. Grâce à

Canada

publications (la secrétaire Lisette Wathier et la conseillère en communications Elizabeth Gammell avec le compte rendu de la Mission de la volaille en Asie)

le bulletin bimensuel Focus

DU PLAN DE COMMUNICATION

« Le Conseil national des produits agricoles? Je ne le connais pas. Qu'est-ce qu'il fait de toute façon? »

La Ve) " upres de nombrenses aumées særs agent de communications le Conseil a embauché un nouvel agent de communications, qui de nombre sers agent de réponse que l'on obtenait souvent même au sein des secteurs

The florence of the considerable de projets entrepris pour la première fois, ce qui a labre municipal de projets entrepris pour la première fois, ce qui a labre municipal d'un site web, conception d'une municipal d'une site met sanction d'une municipal d'une site met sanction d'une municipal d'une site met site me

suivi des médias et appui publicitaire aux initiatives du Conseil.

se faire mieux connaître, tant sous sa forme actuelle que sous la forme qu'il aimerait avoir.

visés par la gestion de l'offre et certains milieux gouvernementaux du domaine agricole!

La mile at the publication where the communication shed poursuivie. La première de la présente série de Revues La mile at transmission de sensibilisation à l'exportation de la mobile at the communications ont appuyé la Mission de sensibilisation à l'exportation de la mobile de sensibilisation à l'exportation de la mobile de la mobile de l'architecture de mobile de la mobile de la

À la fin de 1990, le Conseil n'était peut être pas l'organisme le plus reconnu, mais on pouvait déjà percevoir une réaction différente :

« Voilà des renseignements utiles. Je ne savais pas que le Conseil faisait tout cela...»

présenté aux membres du Conseil la stratégie ministérielle d'expansion du commerce d'exportation.

Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) constitue un autre important partenaire gouvernemental. Le MAECI est responsable de la politique commerciale et de l'application des contingents tarifaires pour la volaille et les Conseil est membre du Comité consultatif sur les contingents tarifaires pour la volaille et le dindon, comité mis sur pied par le MAECI.

retenaient l'attention du Conseil dans les secteurs visés par la gestion de l'offre. Il a aussi bénéficié d'un exposé concernant le site web récemment élaboré par le Conseil ainsi que la toute première Revue annuelle du Conseil.

Le sous-ministre adjoint de la Direction générale des services intégrés, Andrew Graham, a rencontré les membres du Conseil priorités du ministre et du Ministère pour la priorités du ministre et du Ministère pour la Richardson de la Direction générale des services à l'industrie et aux marchés a

Comme on peut s'y attendre, la présidente et le personnel du Conseil entretiennent des contacts presque quotidiens avec Agriculture et Agroalimentaire Canada, particulièrement avec le bureau du ministre, le bureau du sous-ministre, la Direction générale des services à l'industrie et aux marchés, la Direction générale des services intégrés et la Direction générale des communications. Le direction générale du Conseil participe aussi à la réunion hebdomadaire du Comité de vigilance d'AAC. Le ministre a rencontré le Conseil en février

et a visité le personnel du Conseil en avril pour y recevoir une séance d'information concernant les affaires et les questions qui



présidente Cynthia Currie lui remet une copie de la Revue annuelle de l'an dernier, qui vient de sortir des presses

DE NOS EFFORTS À CEUX DE NOS PARTENAIRES FÉDÉRAUX

In the content of the same for the sponsable enters le ministere de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire, le Conseil est un membres du de l'Agroalimentaire. Les autres membres du de l'Agroalimentaire du Canada (AAC). L'Agence canadienne d'inspection de l'Agroalimentaire du Canada (AAC). L'Agence canadienne d'inspection de l'arrente de l'Agroalimentaire du blé, la Commission canadienne des grains et la commission canadienne des grains et la maine des grains et la contrait que tour le portefeuille, contenu d'une de contenue de l'arrente de contenue des priorités ministérielles à l'échelle du portefeuille une maine et maitère de politique conmerciale. En outre, la présidente du Conseil rencontre lumn. Il manuelle une maitère de politique conmerciale. En outre, la présidente du Conseil rencontre

It timed to be programmes of solveres of ministeres federanz qui font partie d'Equipe Canada inc. (ECI). L'ECI constitue me ministeres d'administeres dédéranz qui font partie d'expansion des exportations de ses mentre de services aux exportations et services d'expansion des exportations de ses d'administres chargé de la promotion du connerce international, qui donne à l'ECI d'annéronal des populaire site neb l'administres chargé de la promotion du connerce international, qui donne à l'ECI d'annéronare connecte de façon générale la l'administre services entre se conseille aux fins d'exportation et amélioré de façon générale la combination des programmes et services entre ses membres. La Mission de sensibilisation à l'exportation vers l'Asie, qu'à confluition des programmes et services entre ses membres. La Mission de sensibilisation à l'exportation vers l'Asie, qu'à confluition des programmes et services entre ses membres. La Mission de sensibilisation à l'exportation vers l'Asie, qu'à

organisée le Conseil, était présentée comme une activité d'Équipe Canada inc.
Outre ces mecautsmes officiels de coordination, le Conseil assume un rôle actif avec une large gamme de partenaires au

sein des gouvernements fédéral et provinciaux.

périodiquement ses homologues des autres organismes du portefeuille.



PROMOTION DU DYNAMISME DU SECTEUR

En 1999, le personnel du Conseil a aussi entamé son travail avec la Direction générale des services à l'industrie et aux marchés, à AAC, afin de produire à l'intention des offices de promotion et de recherche une trousse d'information conviviale qui sera disponible au début de l'an 2000.

développement du marché et de promotion pour le boeuf. La CCA a continué à travailler étroitement avec Agriculture et Agroalimentaire Canada à l'élaboration d'une proposition complète.

En prévision, le personnel du Conseil a entamé les préparatifs d'une audience publique. Le personnel du Conseil a aussi rencontré le Comité exécutif du CCA afin de lui expliquer le processus d'audience et les exigences de la Loi sur les offices des produits agricoles.

Conseil peut suggérer les conditions d'un plan de promotion et de recherche qu'un office serait autorisé à exercer pouvoirs qu'un office serait autorisé à exercer en vertu de la Loi.

aucun office n'a encore été établi. En juillet 1999, le Conseil a été informé par la Canadian Cattlemen's Association (CCA) qu'il recevrait une proposition visant à établir

national de promotion et de recherche, mais

ont examiné la possibilité de créer un office

Depuis 1993, divers groupes de denrées

un office canadien de recherche, de



DEMANDE DE CRÉATION DU PREMIER OFFICE DE PROMOTION ET DE

Le mandat du Conseil comprend l'examen des avantages relatifs découlant de l'établissement d'offices de promotion et de producteurs à la demande étre d'une ou de plusieurs associations représentant un nombre significatif de producteurs préparait à la tembre d'une et le conseil se préparait à parteurs d'une et le conseil se préparait à

1. Lot the localities de produits agricoles précoit l'établissement d'offices de commercialisation et d'offices de

recevoir

été modifiée en 1993 à cette fin.

Le une e nome le la consonnation et de recherche peut effectuer : recherche sur la production primaire;

le consonnateurs. À la consonnateurs. À le consonnateurs de la consonnateurs. Le consonnateurs de la consonnateurs de la consonnateurs de la consonnateurs de la consonnateur de la consonnat

Serie Consell reçeit une dereande officielle, il doit tenir au moins une audience publique pour examiner la validité de la proporteurs et déterminer si l'établissement d'un tel office est avantageux pour le require le myord communique es recommandations au ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire. Le consultaire et de l'Agroalimentaire. Le

relation d'office, y compres le ble et l'orge, qui sont réglementés par la Loi sur la Commission canadienne du ble.

examen de l'analyse comparative en 1998. Le secteur du dindon a utilisé avec succès ce matériel d'analyse comparative pour son propre travail en 1999, tandis que le secteur du poulet a intégré l'analyse comparative à son plan stratégique.

document sur l'analyse comparative. Il y examinait les concepts, les avantages et les inconvénients actuels et répertoriait des sources de financement visant à aider les industries à entreprendre des analyses comparatives. Le secteur des oeufs d'incubation de poulet à chair a terminé son

Usnalyse comparative est un autre domaine qui intéresse le Conseil. Lors de l'atelier « Croissance de l'industrie dans la rentabilité » organisé par le Conseil à l'automne 1998, les quatre secteurs de denrées ont souligné la nécessité d'études comparatives, tant au niveau des producteurs que des transformateurs. Au printemps 1999, le Conseil a produit un



DES MEILLEURES PRATIQUES

In Conseil accorde une grande innortance any initiatives (les siennes ou celles des autres) visant à dégager et à communiquer l'information utile à l'industrie. Par exemple, le Conseil a été l'un des parrains de la conférence tenue en octobre par le Conseil a orienté les membres du secteur vers d'autres sources qui saine l'arconéenant la suné des animans. En outre, le Conseil a orienté les membres du secteur vers d'autres sources du saine de la conférence tenue en octobre par le Conseil a orienté les membres du secteur vers d'autres sources du secteur vers d'autres sources de la conférence de la conference de l

burn mes propres initiatives, ily a le traval continu sur les Lignes directrices sur le coût de production (CDP). Les Lignes

d'appui et de financement pour de telles initiatives, notamment vers les programmes d'AAC.

dans le secteur et affichées sur le site web du Conseil.

ilitation de Constant sur le control de production (produites à l'automne 1998) ont été diffusées sur une plus grande échelle

The state of the state of the cold de production collaborerait avec le Conseil relativement aux Lignes directrices

n is the then gas containes questions concernant le coût et les ressources ne soient pas encore réglées, l'OCCO entend

no con les rignes faix chien com no faste de son enquête nationale sur le CDP auprès de ses membres en l'an 2000.

e pour préserves l'oquilibre entre les intérêts des producteurs, des intervenants de l'industrie et des

to total site case a companie a la fois pour remplir son mandat d'accroiure l'efficacité et la compétitivité de

consonnaments, le Conseil a Caboré ses toutes premières Lignes directrices sur le coût de production en 1984 et les a

modifices an fil des ans selon l'evolution dans les pratiques commerciales et les techniques d'estimation.

le travail délimité lors de la Mission. un groupe de travail chargé de poursuivre Mission en décembre, et on a alors formé laquelle ont participé les membres de la Conseil a organisé une réunion de suivi à industrie au cours des prochains mois. Le de leurs exposés au sein de leur propre afin que les participants puissent l'utiliser lors les activités et les constatations de la Mission

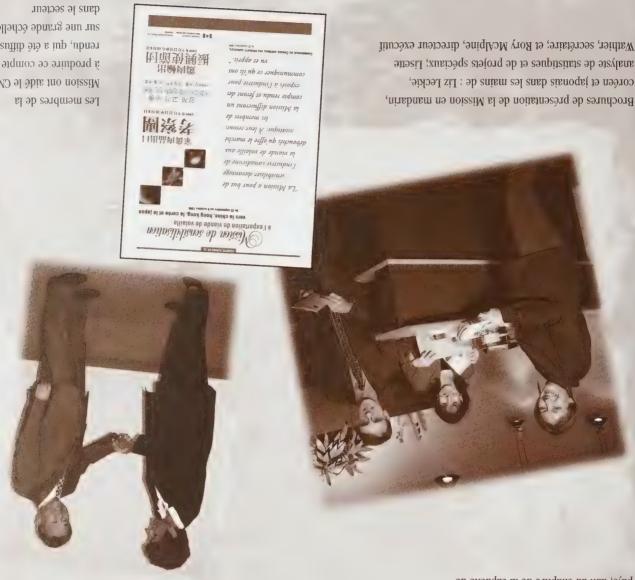
canadienne un importateur japonais satisfait de volaille M. Shizu Fukuda de la société Z. Kuroda Ltd., La présidente du Conseil Cynthia Currie et

> Quant au second but, le Conseil a que des tendances des consommateurs. production et du développement technologique

> Conseil a élaboré un exposé audiovisuel sur Mission ont donné des entrevues. En outre, le médias du secteur, et plusieurs membres de la Conseil a veillé à intéresser à la Mission les études détaillées du marché de ces pays. Le affiché au site web du Conseil avec quatre a été diffusé à large échelle dans l'industrie et des membres de la Mission. Le compte rendu préparé un compte rendu avec la participation

La Mission a entièrement atteint son groupe de négociants locaux invités. Kong, un exposé officiel a été présenté à un de la viande de volaille et ses produits. À Hong des exposés concernant l'industrie canadienne réunions, les membres de la Mission ont fait

pays, tant au chapitre de la capacité de marchés de la viande de volaille dans ces rythme de changement dans les industries et surpris par la technologie avancée et le nombre des membres de la Mission ont été à Hong Kong, en Corée et au Japon. Bon les marchés de la viande de volaille en Chine, considérable de renseignements concernant premier but de recueillir une somme



SENSIBILISATION A L'EXPORTATION

The most intention of the presentation of partenarial d'organismes gouvernementaux constituant le point de départ pour pour au sein des renseignements concernant les marchés d'exportation et le l'échange d'information que pratique le Conseil au sein du secteur.

eguner du rayonnement et de recraige d'information que pranque re consent au sent du secteur.

s'est rendue à Shanghai, Hong Kong, Séoul, Tokyo et Osaka du 22 septembre au 8 octobre.

reconstitute de constitute de constitute de constitute de Canada dans cette région. La Mission était

partiellement financée au moyen du programme Commerce agroalimentaire 2000.

industrielles et membres et cadres du Conseil.

And the standard of the constant of the consta

hillie Tre it in a secondination for oupernent de producteurs, transformateurs, négociants, associations

It amondates the statement of a societies de transformation de la volaille, des importateurs et distributeurs de la volaille, des importateurs et distributeurs de la volaille, des exploitants de services alimentaires et des fonctionnaires.

To mandate de la rolaine de leurs de mandate de leurs de montre de leurs de non nombre de leurs.

Canada, et de nouveau en octobre devant un petit groupe de fonctionnaires chinois responsables de produits agricoles venus à Ottawa pour examiner la démarche canadienne de mise en oeuvre des engagemants pris dans le cadre de l'OMC. En novembre, le Conseil a organisé une rencontre spéciale avec les intervenants de l'industrie de la volaille et des oeufs pour qu'ils entendent les fonctionnaires responsables du commerce discuter de la décision de l'OMC concernant les programmes canadiens d'exportation de produits latiters.

nouvelle série de négociations de l'OMC à Seattle, le travail se poursuivra en l'an 2000 et le Conseil y prendra une part active.

En outre, le Conseil a veillé à diffuser de l'information concernant les questions de

l'information concernant les questions de politique commerciale. En mai, le Conseil a organisé une réunion spéciale des intervenants de l'industrie de la volaille et des oeufs avec James Schroeder, sous-secrétaire - Farm and Foreign Agricultural Services, USDA. Par deux fiois, le Conseil a donné des séances d'information à des délégations du gouvernement tion à des délégations du gouvernement de fonctionnaires chinois intéressés par la réglementation des marchés agricoles au réglementation des marchés agricoles au réglementation des marchés agricoles au

novembre. Malgré l'échec du lancement de la réunion tenue par les ministres à Seattle en agricoles, ce qui a abouti aux préparatifs de la négociations de l'OMC sur les produits l'élaboration de la position canadienne aux points de vue au ministre pour orienter au long de l'année, le Conseil a exprimé ses : A l'écoute de l'industrie canadienne ». Tout position commerciale concertée en agriculture préliminaire à l'OMC intitulée « Vers une participé à la conférence fédérale-provinciale Washington. En avril, le Conseil en entier a assisté à l'Outlook Conference de l'USDA à membres du Conseil et du personnel ont politique commerciale. En février, certains et à fournir des avis éclairés en matière de Le Conseil a veillé à demeurer bien informé



et conseiller nos partenaires de l'industrie et du gouvernement

tentant ing de l'anne, le l'enseil a renlorce son rôle de source d'information et de conseils à l'intention des intervenants de

to mine to maille sur une base quotidienne avec le secteur de la volaille et des oeufs, le Conseil est dans une position en grant une ministre et au ministère de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire des avis éclairés, pertinents et à au ministre et au ministère de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire des avis éclairés, pertinents et à avec de l'industrie de la l'industrie de la lanceure aux intervenants de l'industrie de la lanceure aux intervenants de l'industrie de la

volaille et des oeufs une fenêtre pour comprendre le gouvernement fédéral.

remaine et manique de sujets. Plusieurs fois cette année, le Conseil en master des mises à jour sur une gamme de sujets. Plusieurs fois cette année, le Conseil

Line of the state of industrie concernant les développements dans l'industrie et lui a demandé une

selgér sel marresonce serades de contribué aux délibérations de les concernant les régles

anne de ante pullieque abuneulssement et de compétition, ainsi que les nouvelles politiques d'AAC à l'appui des

son site web, le Conseil a pu informer les intervenants de l'industrie sur une

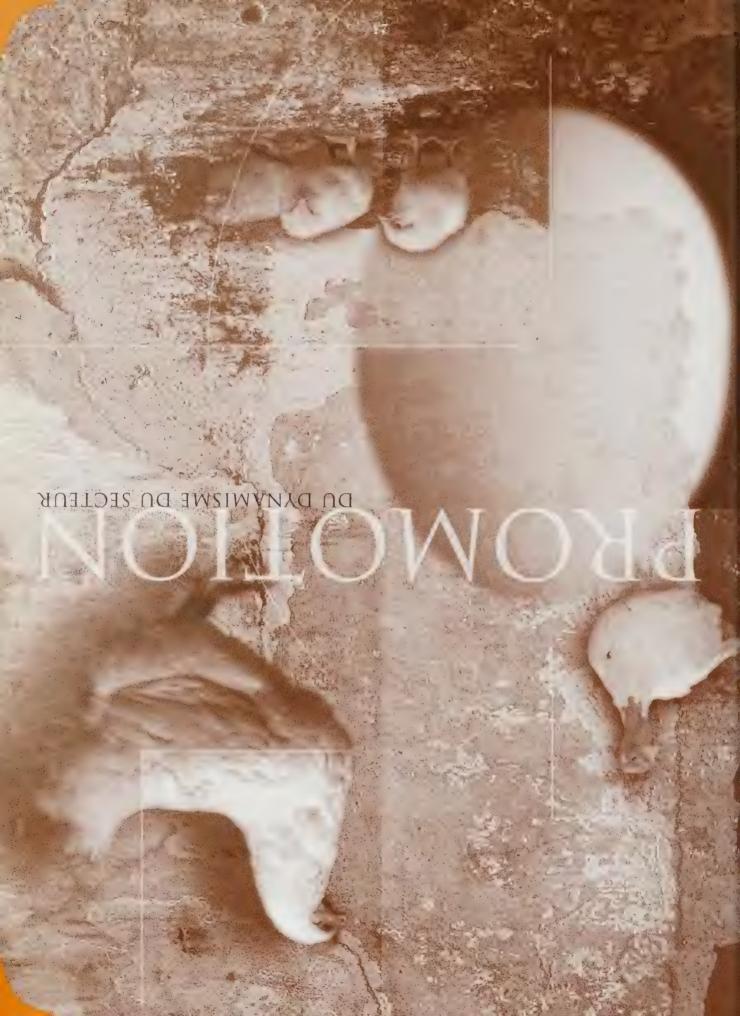
and the comment of the state of the perments dans leur secteur, particulièrement en ce qui a trait aux industries américaines

Les questions de polítique commerciale figuraient au premier plan dans le programme du Conseil. Ces questions ont fait

de rayonnement auprès des intervenants de l'industrie et du gouvernement au cours de l'année.

de la volaille et des oeufs.

l'industrie et du gouvernement.



DES LIGNES DIRECTRICES DU CONSEIL SUR LES PLAINTES

15 Conseil a continué à entendre les plaintes des intervenants de l'industrie contre les décisions prises par les offices.

15 Conseil a continué à entendre loi énonce que le Conseil doit tenir une enquéte lorsqu'une plainte est déposée par toute
personne, en partie qui s'estime lesce par une décision prise par un office. Habituellement, une audience est convoquée et le
Conseil afin d'entendre la
Conseil afin d'entendre la

n com tot in service de legnes directrices sur les plaintes afin de simplifier le processus de dépôt d'une plainte

to provides himes directelees necessitent seulement que les personnes ou parties intéressées écrivent au Conseil pour neur paine, les mouls à l'appui et le redressement qu'elles demandent au Conseil de prendre concernant neur paine, les mouls à l'appui et le redressement qu'elles demandent au Conseil de prendre concernant neur paine du paine au plaignant la date et l'endroit

les autres révisions comprennent la modification des définitions dans les lignes directrices afin d'utiliser les jours merables plutés que les jours civils, fin dernier fleu, le Conseil y a intégré une forte incitation aux personnes et aux parties intérences alin qu'elles essalem de résondre leurs différends au moyen d'autres mécanismes de règlement des différends avant intéresses alin qu'elles essalem de résondre leurs différends au moyen d'autres mécanismes de règlement des différends avant

de déposer une plainte devant le Conseil.

de l'audience ainsi que le délai pour le dépôt de la soumission intégrale.

devant le Conseil au moment du dépôt de la plainte.

au Conseil en entier aux fins de décision.

plutôt sur une entente entre les parties concernant les problèmes fondamentaux du régime de répartition du contingent. Le Comité a fortement recommandé d'engager un médiateur professionnel.

L'OCCOIPC à accepté la recommandation et, sous la surveillance étroite et avec l'encouragement du Conseil, a entamé le travail qui a mené au résultat décrit auparavant dans la section des oeufs d'incubation de poulet à chair de la présente Revue.

nombre de moyens artificiels (comprenant habituellement une rétribution financière) pour satisfaire aux besoins des marchés provinciaux. Ces frais supplémentaires, qu'ils prennent la forme d'une disposition de location à court terme de contingents ou d'un programme proposé d'achat permanent de contingents interprovinciaux, indiquaient la nécessité de modifier le régime de répartition du contingent. Le Comité a conclu que la résolution du

différend reposait non pas tant sur une décision concernant les aspects détaillés de ces solutions artificielles et superficielles mais Le Comité de résolution de la plainte du Conseil a présenté ses constatations concernant divers aspects des arguments économiques, stratégiques et juridiques exposés lors de feroquête. Il a souligné les difficultés qu'avait d'oeufs d'incubation de poulet à chair. Le COMITÉ a aussi fait remarquer que, en ne reconnaissant pas la réalité de la répartition des permis d'importation par la Direction générale des contrôles à l'importation et à l'exportation, l'OCCOIPC s'était mis dans une situation où il devait élaborer un certain situation où il devait élaborer un certain



La Secrétaire de l'audience Carola McWade, et directrice des Affaires réglementaires et des opérations du CNPA, avec le texte révisé des Lignes directrices sur le règlement des plaintes

D'UNE PLAINTE DANS LE SECTEUR DES OEUFS D'INCUBATION

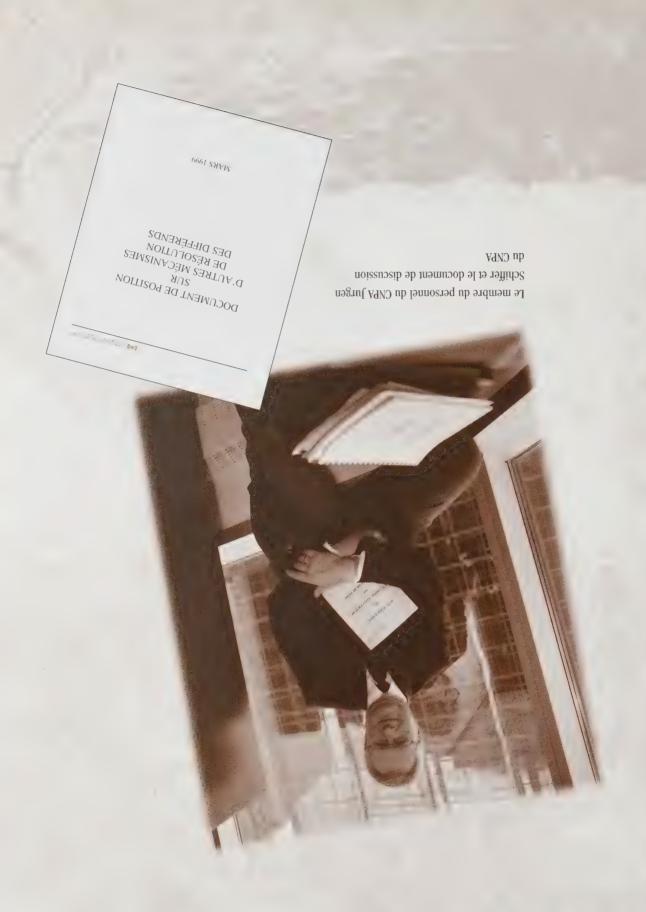
I'm prin, to Conseil a tenu une enquére concernant une plainte déposée par la Commission ontarienne de niveau rumnere de acuts d'incubation et des poussins de poulets à griller (COCOIPPG - organisme de niveau printe de contre l'Affere canadien de contraératisation des oeufs d'incubation de poulet à chair (OCCOIPC - organisme de niveau tect eta). Il incombe au Conseil de tenir une audience pour résoudre une plainte chaque fois que tortenement de ce que l'OCCOIPC n'avait pas intégré dans sa méthode de répartition du contingent de montraine al n'ambortation du contingent de provinciant que ce que l'OCCOIPC n'avait pas intégré dans sa méthode de répartition du contingent de partition du contingent de provinciant provinciant pour importations humanisées avec le processus d'octroi de permis d'importation du contingent de partitie provinciant pour importation du contingent de partitie d'importation du contingent de l'ambortation de l'octroi de permis d'importation du contingent de l'ambortation de l'octroi de permis d'importation de l'octroi de permis d'importation de l'ambortation de

te Conseil a offert à l'OCOOPC et à la COCOIPPG l'occasion de discuter de diverses options visant à régler la plainte. Fune d'elles étant la médiation par une tierce partie impartiale. Toutefois, la COCOIPPG n'a pas appuyé la médiation, alléguant que les tentatives antérieures de médiation avaient été infructueuses. Par conséquent, le Comité médiation.

emplimente des Affaires étrangères à l'exportation et à l'importation, ministère des Affaires étrangères et

de résolution de la plainte du Conseil a tenu des audiences.

du Commerce international (MAECI).



D'AUTRES MÉCANISMES DE RÈGLEMENT DES DIFFÉRENDS

70 fil des ans, certains segments de l'industrie ont repéré la nécessité de trouver des façons plus efficaces de régler les différends dans les secteurs de la volaible et des oeuls. Ce point à été soulevé de nouveau lors de l'Atelier sur la rentabilité

at 101 sur 10- offices des produits agricoles (qui a établi le Conseil) donne au Conseil les pouvoirs et le mandat d'entroute les plaintes concernant le fonctionnement du régime de gestion de l'offre dans les secteurs de la volaille et des mandat de l'entre de plaintes officielle pour entendre les plaintes. Bien que le Conseil ait simplifié le processus, il demeure plus de l'entre de régier les différends avant qu'ils ne donnent lieu au processus de plainte officielle. Le Conseil a demeure plus de plainte officielle, les conseil a demeure plus de plainte officielle. Le Conseil a de l'entre de régier les différends avant qu'ils ne donnent lieu au processus de plainte officielle. Le Conseil a de l'entre de régier les différends avant qu'ils ne donnent lieu au processus de plainte officielle. Le Conseil a de l'entre de régier les différends avant qu'ils ne donnent lieu au processus de plainte officielle. Le Conseil a

souvent tenu des réunions pour faciliter un tel règlement.

et de discussion d'une journée entière à l'intention des membres du Conseil.

Le Conseil a décidé de miser sur cette démarche en réponse aux besoins exprimés par l'industrie.

En 1900, le conseil a pris les devants et a examiné les récents développements dans le domaine des autres mécanismes de teolonient ses différentés ainsi que la façon dont on pourrait les appliquer au régime de la gestion de l'offre dans les

Dars le cultre de textite de mitiate et la présidente et un membre du personnel du Conseil ont assisté à deux ateliers présentés qui conseil a aussi organisé une séance d'orientation

Le conseil a rassemblé les resultats de son examen dans son <u>Document de position sur d'autres mécanismes de</u> commercialisation. Ce document devrait s'avérer particulièrement utile aux groupes de travail mis sur pied par les offices pour commercialisation. Ce document devrait s'avérer particulièrement utile aux groupes de travail mis sur pied par les offices pour codiger leur chauche d'entente opérationnelle dans le cadre de la structure révisée d'accords fédéraux-provinciaux renouvelés. Bien qu'aucune décision n'ait encore été prise concernant un nouveau mécanisme de règlement des différends, le Conseil canadien des transformateurs d'oeuts et de volaibles a élaboré un document de discussion dans lequel il propose un canadien des transformateurs d'oeuts et de volaibles a élaboré un document de discussion dans lequel il propose un

secteurs de la volaille et des oeufs.

organisé par le Conseil en 1998.

ADHÉSION DÉFINITIVE DES Commercialisation des Oeufs

Le Conseil a joué un rôle actif dans les dernières étapes visant à confirmer l'adhésion des Territoires du Nord-Ouest au régime national à titre de membre à part entière de l'OCCO.

Une fois que le gouvernement des T.N.-O. eut accepté le plan de commercialisation et les règlements au début de mars, le gouvernement fédéral a été en mesure de franchir les derruières étapes juridiques de l'adhésion des Spécial du Bouverneur en conseil a pris son ordonnance visant à modifier la Proclamation de l'OCCO afin d'y inclure les T.N.-O. La modification a été enregistrée en avril, et modification a été enregistrée en avril, et probliée dans la Gazette du Canada en mai.

Le Conseil a assumé le rôle de chef de file dans ce processus par : le suivi de chaque étape, les séances de breffage au ministre, la préparation de tous les documents pour les présenter au ministre et au Comité directeur ministériel, l'enregistrement et la publication dans la Gazette du Canada.

À la fin de l'année, les T.N.-O. ont nonmé

un membre au Conseil d'administration de l'OCCO, mais ils n'ont pas encore conclu d'entente de service, comme le requiert l'Ordonnance de commercialisation des T.N.-O. Par conséquent, l'OCCO n'a pas encore reçu de redevances sur les oeufs produits dans les T.N.-O. et n'y a pas appliqué son programme d'élimination des produits industriels.

Le directeur des programmes et de la politique intérieurs, Keith Wilkinson, avec une partie de sa correspondance concernant l'ANRA et le renouvellement des AFP en 1999

visant à énoncer la position de l'ANRA concernant chaque préoccupation soulevée. Cette réponse a été communiquée aux deux offices en septembre. Lors d'une réunion de suivi convoquée par le Conseil, les deux offices ont dit aux présidents de l'ANRA et du Conseil qu'ils devaient tenir une réunion en personne avec l'ANRA en entier avant de procéder plus avant. Cette réunion n'a été possible qu'en novembre et a été organisée par le Conseil à novembre et a été organisée par le Conseil à sont dits en mesure de reprendre l'élaboration de leur EO respective.

Entre temps, toutes les dispositions de fond des nouveaux AFP pour le poulet et le dindon ont été acceptées, le seul problème non résolu province d'un régime national de gestion de l'offre sans l'accord de son office provincial de producteurs.

En 1999, l'OCCO et l'OCCOIPC n'ont réalisé aucun progrès car ces deux offices ont dû concentrer leurs efforts sur la résolution d'importants problèmes internes avant de pouvoir s'appliquer à l'élaboration d'une nouvelle EO, ou d'un nouveau AFP.

Dans son rapport préliminaire de novembre

à l'intention des sous-ministres, l'ANRA a fait remarquer qu'aucun AFP ne serait prêt au moment de l'échéance mais que le travail se poursuivrait en l'an 2000.

La présidente du Conseil Cynthia Currie prononce une allocution devant les Producteurs de poulet de l'Ontario

PROVINCIAUX ACCORDS FÉDÉRAUX-PROVINCIAUX

En 1999, un important projet de l'ANRA était de faciliter le renouvellement des accords fédéraux-provinciaux (AFPs), qui régissent la gestion de l'offre dans les secteurs, avant l'échéance du 31 décembre 1999 établie par provinciaux en 1998. Ces accords harmonisent les pouvoirs fédéraux et provinciaux afin de permettre aux offices canadiens de réglementer permettre aux offices canadiens de réglementer aux offices canadiens de réglementer les marchés d'exportation.

accords fédéraux-provinciaux les aspects détaillés que comporte leur fonctionnement. Le transfert de ces aspects détaillés à une entente opérationnelle (EO) distincte permettrait de leur apporter des modifications au moyen d'un processus moins onéreux. Ainsi, les nouveaux accords fédéraux-provinciaux serviraient accords fédéraux-provinciaux serviraient deferaux-provinciaux serviraient à décrire les pouvoirs fédéraux et provinciaux. Avant que tout AFP puisse être conclu, une hand page de la provinciaux.

nouvelle EO doit d'abord être élaborée. En 1998, les ministres ont décidé que les groupes de travail sur les denrées établis par les offices canadiens devaient y procéder. Les membres de l'ANRA devaient rester en contact avec les groupes de travail et coordonner l'élaboration des AFP. En 1999, les groupes de travail n'ont guère progressé.

Au début de l'année, tous les offices canadiens, sauf l'OCCOIPC, avaient mis sur pied leur groupe de travail. En avril, l'ANRA a remis aux groupes de travail et aux ministres des était préoccupée par la lenteur du rythme de travail et a incité les groupes de travail à accélérer le pas.

intérimaire à la réunion annuelle des ministres de l'Agriculture fédéral et provinciaux à Prince Albert (à laquelle a assisté la présidente du nouveau, aux Groupes de travail, l'échéance de la fin de l'année.

En août, l'OCCD et les PPC ont exprimé

certaines préoccupations et demandé de l'orientation à l'ANRA. Le Conseil a amené les membres de l'ANRA à établir un consensus

TRAVAIL AVEC LES ET LES T.N.-O.

Eurhorial, Les membres du Conseil assistent à l'assemblée générale annuelle de la plupart des offices provinciaux ou territorial, Les membres du Conseil assistent à l'assemblée générale annuelle de la plupart des offices provinciaux de territorial, Les membres du Conseil assistent à l'assemblée générale annuelle de la plupart des offices provinciaux de territorial, Les membres du Conseil assistent à l'assemblée générale annuelle de la plupart des offices provinciaux de territorial, Les membres au meen provinciau en 1909, le Conseil a été un commanditaire de l'encart placé dans les médias pour mecht et surce au provinciau en 1909, le Conseil a été un commanditaire de l'encart placé dans les médias pour mecht et s'ocupartie de l'Union des producteurs agricoles et il a offert sa place aux Producteurs d'oculs de l'Ontario.

est somme accusions, la marait du Conseil est de nature officielle et prend la forme de projets à long terme avec les

gouvernements provinciaux ou territorial.

ANNA

du Nord-Ouest.

- THE MILES AN INVESTIGATION IN PROJUCT OF CONSOLIDATION OF CONSOLUTATION (OCCD, PPC, OCCO et INCAMP) COMPANDATION OF PROJUCT OF PROVINCE OF POUR DES CONSOLUTATION (OCCD), PPC, OCCO ET INCAMP) CONSOLUTATION (OCCD), PPC, OCCO ET
- Tes résoes agroalimentaires mises sur pied par les gouvernements provinciaux et territorial forment avec le Conseil l'Association nationale des régies agroalimentaires (AMRA). L'AMRA est la principale voie que le Conseil utilise pour son travail et ses consultations avec les provinces. Le Conseil en est un membre actif, y apportant de considérables connaissances de base, préparant du matériel pour les rapports conjoints, contribuant aux communications conjointes, organisant des réunions et préparant du matériel pour les rapports conjoints, contribuant aux communications conjointes, organisant des réunions et

reperant les mesures a prendre. En 1999, l'ANRA a tenu trois réunions officielles en plus de nombreuses téléconférences.

Le Conseil entreprend des initiatives de concert avec les offices canadiens et d'autres organismes du secteur, comme la Mission de la volaille en Asie ;



En juin, le Conseil a invité les représentants du Conseil canadien des transformateurs d'oeufs et de volailles (CCTOV) et l'Association canadienne des surtransformateurs de volailles (ACSV) à sa réunion à Québec avec le comité exécutif de chacun des offices canadiens de position commerciale dont avaient convenue les producteurs et les transformateurs et qui devait être présentée au gouvernement du devait être présentée au gouvernement du négociations commerciales de l'ACSV, M. Bobert négociations commerciales de l'ACSV, M. Bobert négociations commerciales de l'ACSV, M. Bobert negociations commerciales de l'ACSV, M. Bobert negociations commerciales de l'ACSV, M. Bobert

deValk et M. Jeff McHaffie, se sont joints de nouveau aux membres du Conseil en novembre pour des discussions qui comprenaient entre tenue par la Commission de commercialisation des produits agricoles de l'Ontario concernant le contingent de poulet alloué aux transformateurs de l'Ontario et l'appui de l'ACSV formateurs de l'Ontario et l'appui de l'ACSV aux modifications proposées dans l'application du régime de contingents tarifaires pour le poulet en l'an 2000 et au-delà.

canadienne des restaurateurs et des services alimentaires (ACRSA) ont rencontré le Conseil en septembre pour discuter principalement de l'industrie du poulet au Canada. Les points précis qui ont été abordés comprenaient le régime national de contingentement du poulet, la compétitivité dans l'industrie du méthode d'attribution de quantiés de produits aux transformateurs de l'Ontario, et le document de discussion de l'ACRSA document les négociations de l'ACRSA sur les produits agricoles.

En septembre aussi, le directeur général aur les produits agricoles.

du Conseil canadien de commercialisation agroalimentaire (CCCA), M. Myles Frosst, a présenté le mandat, la vision et le plan d'action proposé du CCCA.

dont cet office intègre les importations dans son processus de contingentement d'oeufs d'incubation, 2) les audiences officielles ses recommandations officielles (décrites de façon plus détaillée dans une section ultérieure de la présente Revue), 3) la diffusion de ses conclusions et recommandations dans le rapport d'audience recommandations dans le rapport d'audience des recommandations dans le rapport d'audience des recommandations dans le rapport d'audience publié en juin et 4) le suivi de l'application des recommandations du Conseil par le secteur.

En septembre, le Conseil a été incapable d'approuver au préalable le Règlement sur le contingentement proposé par l'OCCOIPC pour aux constatations et recommandations du rapport d'audience.

L'OCCOIPC a accepté la recommandation

du Conseil visant à engager un médiateur professionnel. Toutefois, malgré un travail considérable et de nombreux déplacements entre les intervenants au cours de l'automne, le médiateur n'a réalisé aucun progrès et son fréquemment l'Office durant cette période et lui a prodigué encouragement et conseils.

proposée par les cinq membres du Conseil d'administration de l'OCCOIPC, mais pas à temps pour que les nouveaux règlements et présentés au Conseil. Ainsi, l'Office a commencé la nouvelle année sans règlement de contingentement, sans ordonnance sur les redevances à payer et sans les autres règlements concernés, mais préparait de règlements concernés, mais préparait de nouvelles propositions aux fins d'approbation préalable par le Conseil.

AUTRES SEGMENTS DU SECTEUR

Le Conseil reste en contact régulier avec les autres organismes du secteur de la volaille et des oeufs, qu'il invite d'ailleurs à participer à ses discussions et initiatives conjointes.

ordonnances ne puissent être examinés. de nouveaux règlements ou de nouvelles néanmoins résoudre de toute urgence avant que et l'approvisionnement, que l'Office doit préoccupations concernant le confingentement ment, mais a exprimé de nombreuses ensuite pour le Règlement sur le contingentel'Ordonnance sur les redevances à payer et avec réficence cette prorogation d'abord pour pour conclure une entente. Le Conseil a approuvé existants pendant qu'il poursuivait ses efforts payer et le Règlement sur le contingentement mois pour l'Ordonnance sur les redevances à demandé d'approuver une prorogation de deux du contingent pour l'an 2000, et il a alors conclure une entente concernant la répartition En novembre, l'OCCO a été incapable de

industriels et a cessé de verser son prélèvement

programme d'élimination des produits

.00001 & libratisimina

Tout au long de l'année, le Conseil a communiqué très activement, presque quotidiennement, avec l'OCCO. Les membres et la présidente du Conseil ont rencontré plusieurs fois au cours de l'année le Comité exécuif de l'OCCO.

OEUES D'INCUBATION DE CYGÉ en 1986, l'Office canadien de

commercialisation des oeufs d'incubation de poulet à cbair (OCCOIPC) gère l'offre d'oeufs d'incubation de poulet à chair au Canada. Les comprennent des représentants des cinq offices provinciaux de commercialisation (Québec, Ontario, Manitoba, Alberta et C.-B.) ainsi que deux représentants nommés par décret (postes vacants depuis 1996 et 1998 respectivement).

centrée principalement sur 1) une plainte officielle déposée devant le Conseil par la Commission ontarienne de commercialisation des oeufs d'incubation et des poussins de poulets à griller contre l'OCCOIPC et la façon poulets à griller contre l'OCCOIPC et la façon

En 1999, l'attention du Conseil a été

importante étude sur les politiques et programmes d'exportation de l'OCCO, qui a récommencé à l'automne. Le Québec a recommencé à verser ses redevances, mais a accumulées jusqu'à ce que les accumulées jusqu'à ce que les mesure dans une plus grande mesure.

A l'autonme, l'Alberta a déclaré qu'il n'appuyait pas la formule intérimaire de répartition du contingent en sus de la base et a présenté une demande d'accroissement de son contingent, comme l'ont fait l'Ontario et le Manitoba. L'Alberta aussi s'est retirée du

programme national d'élimination des produits industriels et avait cessé de verser ses redevances.

A la lumière de ces développements et de ses propres préoccupations, le Conseil a suggéré qu'un facilitateur indépendant soit résoudre ses difficultés. Cette suggestion a été acceptée, et le Conseil a envoyé un réprésentant pour participer aux séances à titre d'observateur. Les recommandations issues de ces séances ont été adoptées en juillet par le Conseil d'administration de 1'OCCO. L'un des résultats clés était une

Le Conseil a observé un malaise croissant parmi les signataires provinciaux concernant le contingentement et d'autres questions. En février, le Conseil a facilité une réunion entre des produits agricoles de l'Ontario afin Producteurs d'oeufs de l'Ontario afin d'examiner les préoccupations de l'Ontario afin concernant la méthode de répartition du concernant la méthode de répartition du contingent en sus de la base utilisée par contingent en sus de la base utilisée par réunion entre l'OCCO et l'Office des réunion entre l'OCCO et l'Office des réunion entre l'OCCO et l'Office des réunion entre l'OCCO et l'Office des



elevée sur le marché intérieur (30 kg par personne) est atteinte, cette hausse sera accompagnée d'un accroissement de la quantité de produits à exporter, d'où la nécessité de trouver des débouchés stratégiques sur les marchés d'exportations. En outre, l'Office a réalisé des progrès en élaboration d'un nouvel accord fédéral-

L'Office canadien de commercialisation

des oeufs (OCCO) gère l'offre d'oeufs au Canada depuis sa création en 1972. Son Conseil d'administration comprend les représentants des offices de signataires et des Territoires du Nord-Ouest volailles (CCTOV) et un représentant de l'Association des transformateurs d'oeufs et de d'Association des transformateurs d'oeufs et de d'Association des consommateurs du canada. Les T.N.-O. sont devenus membres à part entière de l'OCCO en 1999, comme on l'explique plus loin dans la section de l'adbésion des T.N.-O.

règlements proposés par l'OCCO aux fins d'approbation préalable, le Conseil a repéré et encouragé des améliorations au processus de planification à long terme du secteur, en plus de faciliter les communications entre cet organisme national et ses signataires provinciaux.

Ainsi, par exemple, à compter de la fin de

Annst, par exemple, a compler de la fin de 1998, le Conseil a incité l'OCCO à élaborer une stratégie d'exportation à long terme sur laquelle il pouvait appuyer un programme cohérent et uniforme « Produire aux fins d'exportation ». Le Conseil a aussi exprimé quelques préoccupations concernant la façon dont l'OCCO appliquait le critère en sus de la base énoncé dans sa Proclamation initiale, lorsqu'il attribue les accroissements du lorsqu'il attribue les accroissements du contingent.

Le Conseil était satisfait de ce que l'Office entreprenne un examen de son ENA durant l'année et apporte les améliorations nécessaires pour préserver le dynamisme du système.

Le Conseil a effectué un suivi rigoureux du Le Conseil a effectué un suivi rigoureux du

1999, le Conseil était prêt à offrir les services jusqu'à la fin de février 2000. À la fin de C.-B. Cet avis peut être annulé en tout temps concernant le programme d'exportation de la entre les producteurs et les transformateurs de la C.-B. au régime à cause du différend l'incertitude concernant la future participation prises par l'Alberta faisaient suite à vigueur le 31 décembre 2000. Les mesures provincial du poulet, retrait qui entrera en intention de se retirer de l'Accord fédéralsignifié aux PPC le 31 décembre 1999 son national de gestion de l'offre. L'Alberta a de l'Alberta puissent se retirer du régime risque que les offices du poulet de la C.-B. et Le Conseil a effectué un suivi rigoureux du

concernant la politique sur les modifications proposées au régime de contingents tarifaires pour le poulet, qu'applique le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI). Après plusieurs mois proposée, mais elle ne plaisait pas à tous les intervenants de l'industrie. En décembre, cette proposition a été retirée et, à la fin de 1999, le MAECI s'appliquait à obtenir un consensus dans l'industrie concernant une nouvelle démarche. Le Conseil continuera à travailler démarche. Le Conseil continuera à travailler en ce sens en l'an 2000.

Le Conseil a participé aux discussions

de facilitation qui pourraient être utiles.

Le Conseil a rencontré sur une base régulière le Comité exécutif de l'Office. Ce dernier lui a donné des mises à jour sur une base régulière concernant ses progrès en élaboration de son plan stratégique à long terme. Le plan comprenait une importante sur l'usage du poulet ainsi que de nouvelles et autiludes cibles de consommation de ambitieuses cibles de consommation de poulet. Si la cible de consommation plus

dans le nombre de visites au site web de l'OCCD et d'une augmentation de 5,5 p. 100 dans l'écoulement du dindon sur le marché intérieur durant l'intervalle de mai à octobre 1999 par rapport à la période correspondante de 1998. L'OCCD continuera à faire le suivi de l'usage et des attitudes afin d'obtenir plus de résultats. Ce genre de coopération à l'échelle du secteur a fourni des renseignements pratiques à l'industrie et profité à tous les pratiques à l'industrie et profité à tous les intervenants.

FOULET

Tout au long de 1999, le Conseil a suivi de rationale respective. mandat de deux ans par leur association nu ruod səmmon inos (noitumrotentri bl surtransformation, deux pour l'industrie de restauration, un pour l'industrie de la agriculteurs (un pour l'industrie de la d'administration.) Les administrateurs non ligenos un erusilia à ggáis ta setto l 1 AFP, mais participe au régime de gestion de les PPC. (La C.-B. n'est pas signataire de Jédéral-provincial (AFP) qui a servi à créer commercialisation signataires de l'Accord chaque année par les offices provinciaux de *ядишои ѕлпәңпэңд*ғ дер әңдшоә *яғ*лдиғш conseil d'administration formé de 14 pour gèrer l'offre de poulet au Canada. Son poulet du Canada (PPC) a été créé en 1978 Dollice maintenant appelé Producteurs de

très près la façon dont les PPC rajustent le plafond national établi en vertu de son Entente nationale sur l'allocation (ENA) et la façon dont cet office établit les besoins provinciaux chaque période. Plusieurs fois, le Conseil a exprimé ses quelques préoccupations aux PPC. Le plafond était établi sans analyse à l'appui. Le contingent pour la période constituait tout simplement la somme des besoins exprimés par les producteurs provinciaux, ce qui dépassait considérablement la demande estimative des provinciaux, ce qui dépassait

DINDON

Le rôle et le travail du Conseil concernant L'Office canadien de commercialisation

l'OCCD suivent le mode ordinaire de syndre représentant les transformateurs nu 19 ələyə rəimərd əb eruətamrotenarı esl producteurs, deux membres représentant nembres provinciaux représentant les Conseil d'administration comprend buit gèrer l'offre de dindon au Canada. Son du dindon (OCCD) a été créé en 1973 pour

agricoles. Chaque année, il se présente des fonctionnement d'un office de produits de deuxième cycle (ou surtransformateurs).

son 25e anniversaire. Un important projet de Cynthia Currie, a félicité cet office qui fêtait de l'OCCD en mars, la présidente du Conseil, En 1999, à l'assemblée générale annuelle chaque office canadien de commercialisation. questions ou des projets spéciaux pour

POCCD à l'occasion de son anniversaire était

Ordonnance sur les redevances à payer. Ces l'OCCD à intégrer les modifications à son En outre, le Conseil a collaboré avec apportera au régime de commercialisation, nouvelle politique de répartition du contingent concernant la souplesse et la stabilité que la de la part de l'OCCD à la fin de l'année ont reçu une session d'information détaillée l'échelle du secteur. Les membres du Conseil compris un vaste processus de consultations à politique de répartition du contingent, y le renouvellement en profondeur de sa

seulement et non pas au processus utilisé préalable. Cela s'appliquait à l'ordonnance présentée au Conseil aux fins d'approbation POrdonnance sur les redevances à payer marchés d'exportation soient intégrées dans province, entre les provinces et sur les de commercialisation du dindon au sein d'une redevances perçues des producteurs aux fins modifications visaient à assurer que les

pour percevoir et remettre les redevances

versées par les producteurs.

diffusés en 1999 et ils font état d'un bond première année de cette campagne ont été consommateurs. Les résultats pour la promotion du Dindon le mardi auprès des projet conjoint était la campagne de et les transformateurs du CCTOV. Un autre conjointement par les producteurs de l'OCCD initiatives comme l'étude comparative réalisée

Le Conseil appuie avec enthousiasme les

la transformation de premier cycle du dindon

canadiens et américains de la production et de

de leur Fédération canadienne du dindon. Cette

d'oeufs et de volailles (CCTOV) par l'entremise

sur l'analyse comparative réalisée par l'OCCD

Unn des résultats de cela est l'étude conjointe

et un document connexe au printemps 1999).

(l'atelier en novembre 1998, des discussions

Conseil en 1998 concernant ce type d'analyse

1999 suite aux initiatives entreprises par le

du dindon ont suscité un intérêt croissant en

Les analyses comparatives dans le secteur

et le Conseil canadien des transformateurs

et devait arriver à terme en janvier 2000.

étude consistait à examiner les secteurs



une partie de 1999) changé de poste avec Robert Botsford durant dindon et de poulet) et Denis Rhéaume (qui a 1999), Jurgen Schiffer (régimes de la viande de et Agroalimentaire Canada durant une partie de participe à un échange de postes avec Agriculture et d'oeufs d'incubation de poulet à chair, qui Robert Botsford (régimes d'oeufs de consommation Les conseillers en denrées du CNPA (de g. à d.) :

ZECLEOK HOLLONGH

SUIVI DU RÉGIME DE CESTION DE L'OFFRE POUR LA VOLAILLE ET LES OEUFS

the venu de la tot are few of the sales produits agricoles, to Conseil doir veiller à ce qu'un office accomplisse ses fonctions TRAVAIL AVEC LES OFFICES CANADIENS

the incompound it produces to the commercialisation dans l'industrie de taçon à en accroître l'efficacité et la

To the measurement of the Sactional Office canadien de commercialisation du dindon, les Producteurs de poulet compétitivité, et de veiller aux intérêts tant des producteurs que des consomnateurs.

des oeuls el Office canadien de commercialisation des oeuls el Office canadien de commercialisation des oeuls d'incubation

de poulet à chair.

and the communities and he redevances a payer et les règlements sur le conungentement proposés par

manifer of dindon (OCCD), par exempler de commercialisation du dindon (OCCD), par exemple, propose

interpretation of the control of the

and the state of the parameter and ordernance on an reglement, il expédie d'abord l'ordennance ou le règlement

manne en la comparación de la campille » el fuir parvenir une copie de l'ébauche au personnel du Conseil.

est alors expédié au Conseil, où le personnelles relement est alors expédié au Conseil, où le personnell évalue et présente of the following in the first of the first of the standard of the first of the following of the first of the

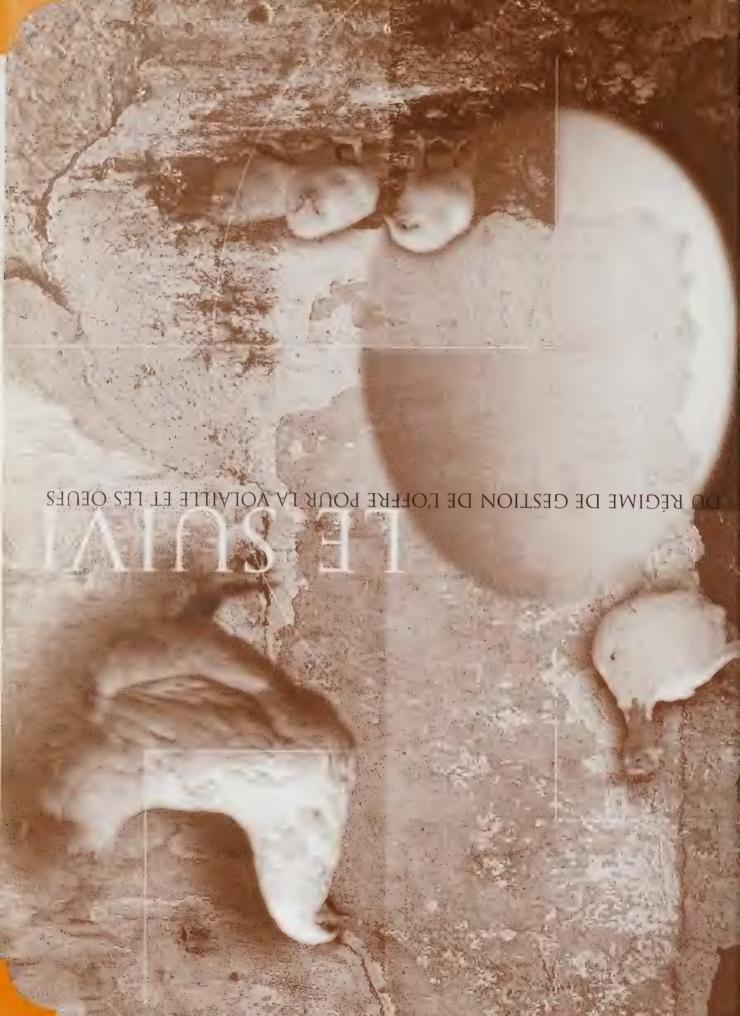
un un anticon a la la consoli décident alors s'il y a lieu de donner à l'ordonnance ou au

definite dealing on its prescription and the effection may a jour des activités du Conseil et répondent aux questions les membres et le personnet du Conseil participent aux activités des offices et aux réunions de leur conseil

concernate les procédures et les pouvoirs du Consell et les dispositions de la Loi sur les offices des produits agricoles. Les

motifs à l'appui de leurs ordonnances et règlements. nomores du copute exécuta d'un office sont béquennment invités à rencontrer le Conseil pour expliquer leurs initiatives et les

règlement leur « approbation préalable » (c.-à-d. « préalable » à la mise en oeuvre par l'office).



TES WEWBKES DO CONSEIT

place une série de conversations régulières avec les représentants du secteur et des secteurs connexes, qu'ils invitent aux réunions du Conseil concernant les questions d'intérêt pour les secteurs régis par la gestion de l'offre.

Les membres du Conseil ont procédé

eux-mêmes à la diffusion d'information concernant le Conseil et ses activités. Lors d'événements organisés par les associations du secteur tout au long de l'année, ils ont activités du Conseil. Plusieurs membres du Conseil ont participé à la Mission de sensibilisation à l'exportation de viande de volaille en Asie au mois d'octobre et ont donné des exposés de suivi ainsi que des entrevues aux médias.

Le membre du Conseil Ron O'Connor a donc été nommé à la vice-présidence. Une nouvelle membre, Lorraine Arnett, s'est jointe au Conseil le 19 octobre, venant

combler le poste ainsi libéré.

En 1999, le Conseil s'est réuni 12 fois (y compris cinq téléconférences et une réunion dans la ville de Québec). Le Comité exécutif s'est réuni huit fois. Le Conseil a approuvé au préalable 17 ordonnances ou règlements : payer, 12 règlements sur les redevances à et une ordonnance sur les permis. Il a entendu une plainte officielle. Les membres entendu une plainte officielle. Les membres du Conseil ont suivi une séance d'orientation d'une journée entière concernant les autres mécanismes de règlement des différends. Ils mécanismes de règlement des différends. Ils ont reçu des séances de formation et mis en ont reçu des séances de formation et mis en

présente un compte rendu sur les développements lors des réunions mensuelles. Ils sont mis au courant des questions touchant le secteur et le régime de gestion de l'offre. Ils examinent les initiatives visant à promouvoir problèmes. Ils prennent des décisions problèmes. Ils prennent des décisions au ministre.

ACTIVITÉS EN 1999

exprimé leurs remerciements et leur appréciation envers la vice-présidente Linda Boxall, dont le mandat a pris fin en juillet. Elle était membre du Conseil depuis juillet 1994.

En 1999, les membres du Conseil ont

et par le personnel à temps plein du Conseil.

plein et elle est appuyée par un vice-président



Unda Boxall



Michel Veillette





Paul Ouellette



McCurrach John A. (Sandy) David Coburn

LKOLIT DES WEWBEES

Paul Ouellette, membre

conseil d'administration. avicoles du Québec dont il a longtemps siégé au volailles, ainsi que de l'Association des abattoirs Conseil canadien des transformateurs d'oeufs et de distribution de la volaille. Il est ancien président du été fondateur et associé de plusieurs entreprises de Originaire de Marieville (Québec), Paul Ouellette a Mandat : Janvier 1997 - Janvier 2001

de mai 1979 à septembre 1984 et a occupé le des Trois-Rivières limitée. Il a été député fédéral Québec et aussi directeur national de la Crèmerie président du Conseil de l'industrie laitière du Wé à St-Maurice (Québec), Michel Veillette est Mandat: Janvier 1997 - Janvier 2003 Michel Veillette, membre

poste de secrétaire parlementaire du ministre de la

Consommation et des Affaires commerciales.

Linda Boxall

de V.I.P. Special Event Catering. L.B. Café Inc. et également présidente de Sunshine International, de une ferme céréalière dans cette province. Elle est elle a grandi également. Elle possède et exploite Linda Boxall est née à Regina (Saskatchewan), où 1960-présidente : mai 1997 - juillet 1999 9661 təllini - 4661 təllini : tabrası

> agroalimentaire. bre du Conseil canadien de commercialisation canadienne et ses exportations, Mme Hill est memvoir avec dynamisme l'industrie agroalimentaire International Inc. en Alberta. En plus de promou-Colombie-Britannique et Premier Meats

1002 niul - 8001 niul : tabnaM Raymond Cloutier, membre

mention Très grand mérite spécial. Commandeur de l'Ordre du mérite agricole, avec Québec. En 1997, il a été décoré à titre de l'Agriculture, des Pécheries et de l'Alimentation du la politique commerciale au ministère de a été pendant de nombreuses années directeur de Originaire de Ste-Foy (Québec), Raymond Cloutier

David Coburn, membre

Agricultural College en 1999, été nommé agrégé honoraire du Nova Scotia Young Farmers of Atlantic Canada » en 1995 et a Brunswick, il a été lauréat du prix «Outstanding de la Fédération de l'agriculture du Nouveauqui en est à sa sixième génération. Ancien président Coburn & Sons, une exploitation agricole familiale (Nouveau-Brunswick). Il est directeur de W.B. David Coburn est originaire et résident de Keswick Mandat: Janvier 1999 - Janvier 2001

de dindon et un ancien membre exécutif de divers-Jamieson Creek Ranch. C'est un ancien producteur Feed Co. Ltd., et propriétaire et directeur de Britannique), est propriétaire et président de Purity Sandy McCurrach, de Kamloops (Colombie-1002 uinf - 8661 uinf : 100uw John A. (Sandy) McCurrach, membre

Cynthia Currie, présidente

THE PARTY

Cynthia Currie

exterieur – produits agroalimentaires et boissons. de consultation sectorielle sur le commerce de commercialisation agroalimentaire et du Groupe Elle a également été membre du Conseil canadien tenant appelé Producteurs de poulet du Canada). canadien de commercialisation du poulet (main-Conseil, elle était directrice générale de l'Office Avant sa nomination au poste de présidente du Cynthia Currie est née à Georgetown, en Guyane. Mandat: mai 1997 - 31 mars 2002

7661-9661 poulets de l'Ontario, dont il a été le président en Conseil d'administration des Producteurs de Ron Farms Ltd. Il est un ancien membre du (Ontario). Il est le propriétaire exploitant de Irm-Ron O'Connor est originaire de Shelburne Mandat: Januier 1999 - Januier 2001 Ron O'Connor, vice-président

Lorraine Arnett, membre

sociétés affiliées à Listowel (Ontario). Fisher Farms Ltd., de Fisher Feeds Ltd. et de 000 pieds carrés. Elle est contrôleure de la Bert poulailler de poulet à griller d'une superficie de 10 une petite ferme de polyculture comprenant un ses partenaires familiaux, elle possède et exploite Lorraine Arnett vient de Durham (Ontario). Avec Mandat: octobre 1999 - octobre 2001

filiales alimentaires Global Gourmet Foods Inc. en actions sont cotées en bourse et qui chapeaute les Commerce Development Inc., une société dont les Anne Chong Hill est présidente de la Global 1002 niul - 8661 niul : tabnaM Anne Chong Hill, membre

es organisations du secteur agroalimentaire.

phirales officiellement depowers. Chaque membre fait le suivi d'un office particulier ou d'un segment de l'industrie et

Le Conseil national des produits agricoles comprend entre trois et neuf membres.

TES WEWBKES DO CONSEIT

LES MEMBRES DU

ou minem par l'auprélation preurble des ordonnances et règlements des offices canadiens, et par l'audition des And the memory des décisions clés concernant le fonctionnement du régime de gestion de l'offre, to the commentative divers segments de l'industrie agroalimentaire que pour les diverses régions du pays. months in a properties of the properties of the perspectives globales du secteur de la Marriamentario et nominés par le premier ministre) pour des mandats de trois à cinq ans. Les membres sont Le ministre de l'Agriculture et de

WESSAGE DE LA PRESIDENTE

Tout au long de ces développements, notre ministre de l'Agriculture et de l'Agriculture et de l'Agriculture et

gouvernement fédéral envers le régime de gestion de l'offre. Qu'est-ce que cela signifie pour moi et pour mes collègues du CMPA?

Cela signifie que nous appuyons les secteurs régis par la gestion de l'offre et que nous travaillons avec eux, de sorte qu'ils

puissent prendre eux-mêmes les décisions et les mesures nécessaires pour satisfaire aux besoins du marché, tant intérieur

du eu anger.

Pour nous, cela signifie un renouvellement continu du système, sans complaisance. C'est pourquoi nous avons fortement incité les secteurs à renouveler et à assouplir leur propre accord fédéral-provincial, et nous continuons d'ailleurs à le faire, incité les secteurs à renouveler et à assouplir leur propre accord fédéral-provincial, et nous continuons d'ailleurs à le faire.

Cela signifie que nous avons pris l'initiative de trouver les moyens de renforcer ces secteurs, d'accroitre la cooperation au sein de ces secteurs et entre les divers niveaux de gouvernement. Cela peut signifier de nouvelles laçons de taire, de nouveaux modes de communication et l'acceptation des risques qui accompagnent tout changement. Vous avons, dente, encouragé de meilleures méthodes de règlement des différends, la créativité dans le processus de répartition de la croissance encouragé de meilleures méthodes de règlement des différends, la créativité dans le processus de réglement des différends.

des marchés et l'analyse comparative des meilleures pratiques pour le secteur. Cela signifie un examen des réalités mondiales, qu'elles soient positives ou négatives. C'est pourquoi nous mans placte une mission de l'industrie en Chine, à Hong Kong, au Japon et en Corée afin de constater la simation là bas et les incidences

possibles de cette réalité pour notre industrie de la viande de volaille à tous les niveaux.

Cela signifie prendre le temps de prévoir ce qui nous attend. d'examiner le mandat et les ressources mee lesquels nous.

au Conseil, devons composer et de déterminer où nous pouvons contribuer davantage. Cela pourrait exiger une notaelle souplesse dans la façon dont nous interprétons noure rôle. Jinsi, nous avons pris l'initiative à titre de fournisseur d'information, en qualité de forum de discussion sur la politique commerciale à adopter pour cette nouvelle série de négociations de l'OME en qualité de forum de discussion sur la politique commerciale à adopter pour cette nouvelle série de négociations de l'OME.

et comme facilitateur du règlement des différends entre les divers intervenants du secteur.

Le travail et ceux qui l'ont accompli

organisationnelles dynamiques du personnel du Conseil.

Dans les pages qui suivent, vous pourrez en apprendre davantage au sujet de nombreux projets, problèmes et injulaives auxquels ont travaillé les membres et le personnel du Conseil.

Zous avons pu accomplir toutes ces réalisations grâce à la crédibilité, aux perspectives éclairées et à la vaste gamme d'expériences que les membres du Conseil ont collectivement apportées à nos réunions. Zous avons pu nous preparer à accomplir efficacement notre travail et à en faire le suivi grâce à l'analyse approfondie, aux conseils judicienz et aux capatilés accomplir efficacement notre travail et à en faire le suivi grâce à l'analyse approfondie, aux conseils judicienz et aux capatilés.

Veuillez continuer votre lecture et constater ce que nous avons accompli en 1999.

MESSAGE DE LA PRESIDENTE

Zous croyons qu'il serait utile de commencer par un bref examen de ce qu'est le Conseil et du contexte dans lequel nous examinons ce que nous avions planifié de faire et la façon dont nous l'avons réalisé.

Pour nous, il s'agit d'une année non seulement d'examen mais aussi d'action. Dans la présente Rerue annuelle, nous

Ce qu'est le Conseil

ayons travaillé cette année.

fédéral et provincial.

de quelque 16 personnes. Physicallinentaire. It compte neuf membres, y compris une présidente à temps plein, et est appuyé par un effectif à temps plein

Le Conseil national des produits agricoles est un organisme fédéral rélevant du ministre de l'Agriculture et de

the new contact colors to the particle have sponsabilite de certains aspects de la coordination des pouvoirs entre les niveaux do progults, igneoles carean n'oxiste encore, mas cela pourrait bientôt changer). En réglementation de la commercialisation miss on de taire le suivi de la credition et du fonctionnement de tout office canadien de promotion et de recherche en matière produte agreedes caradiens, sauf les produits latiters que régit la Commission canadienne du lait. En outre, le Conseil a pour est nord of the control of the source of the second of the commercialisation of the second of the se

minute it in a kermina aspects de la commeranz. Les offices canadiens contrôlent l'offre et certains aspects de la commercialisation mur 🔻 maris de consommation et les oculs d'incubation de poulet à chair. Pour chacun de ces produits, existent un office in quel emera, quarre produnts (a part les produits laitiers) sont régis par un régime de gestion de l'offre : le dindon, le

prophe de decision pour un secteur mais nous pouvons l'empêcher de mettre en oeurre une décision qui mênerait à un mentanti and to produceurs que les transformateurs, les surfransformateurs et les consomnateurs. Sous ne pouvons pas Te role du conseil est de veiller a ce que le régime de gestion de l'offre fonctionne en tenant compte de l'inférét de chaque

mannals i un dominament ou qui ne respecterait pas l'équilibre entre les intérêts des intervenants, et nous pouvons sensibiliser

Les Canadiens ont beaucoup entendu parler de la politique agricole du Canada en 1999, et la gestion de l'offre constitue

le secteur aux améliorations, aux problèmes et aux débouchés.

de ces produits au Canada, de sorte que les besoins intérieurs soient toujours satisfaits.

Le contexte dans lequel nous avons fonctionné

pays, des familles d'agriculteurs et de leurs communautés, tant pour les secteurs régis par la gestion de l'offre que pour les autres. rap dement revenue aux conséquences pour les agriculteurs canadiens. Il en est résulté un examen de l'état de l'agriculture au etre la position du pays a l'ouverture de la nouvelle série de négociations. Suite à l'impasse de la réunion de Seattle, l'attention est Au cours des preparabls en que de la réunion de l'OMC à Seattle en novembre, les Canadiens ont discuté de ce que devrait un important volet de cette politique.

En 1999, nous sommes allés jusqu'à examiner les étagères de supermarché à Shanghai, mas nous avons apporte con Lannée écoulée a définitivement nécessité une vision claire, non édulcorée!

autant de soins aux rouages de la méthode utilisée pour répartir le contingent intérieur d'ocuts d'incubation,

secteurs pouvaient rester dynamiques malgré les pressions internes et assurer le tonctionnement brumonteux et responsable externes et les possibilités commerciales intérieures ou étrangéres. Zous acons regardé a l'intérieur pour voir comment pos Nous avons regardé à l'extérieur pour comprendre les incidences que pouvaient aron sur nes sectours les passencia

Zous n'avons pas hésité à éveiller les autres à la réalité, à les sensibiliser aux problemes et aux débouches, merra quant voies à suivre. La façon de résondre les problèmes et les façons de renforcer la coopération entre les intervenants du socieran les lignes d'un organigramme. Sous nous sommes aperçus que nous étions bien places peur indiquer an secteur alusteures Xous, les neuf membres du Conseil, avons considéré notre rôle comme dépassant les stretes prescriptions d'une let ou

renouvellent eux-memes selon une vision claire et concertée. C'est ce que nous voutons les auder a faire tegli dolven subir - et subissent d'ailleurs - un renouvellement continu tout tout font lonctionne pien, les settems st le passé ne sont pas nécessairement celles qu'il nous faudra dans le futur. Le régime de gesuon de l'offre et les secteurs qu'il ils auraient peut-être préféré rester confortablement dans l'ignorance! Les structures de commercialisation mises sur pleit dunc

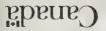
la présidente Cynthia Currie, Michel Veillette Raymond Clouthier, Lorraine Arnett, Ron O'Connor, membre exécutif Anne Chong Hill, David Coburn, le vice-président John (Sandy) McCurrach, Paul Ouellette, Les membres du Conseil (de g. à d.) :



des régimes de gestion de l'ottre.



8ξ.	Autres améliorations
9ξ.	Mise en oeuvre du plan de communication
₽ξ.	Intégration de nos efforts à ceux de nos partenaires fédéraux
	amélioration des activités du conseil
0ξ.	Demande de création du premier office de promotion et de recherche
87	Partage des meilleures pratiques.
97.	Sensibilisation à l'exportation
₽Z,	Informer et conseiller nos partenaires de l'industrie et du gouvernement
	PROMOTION DU DYNAMISME DU SECTEUR
77	Amélioration des lignes directrices du Conseil sur les plaintes.
07	Audience d'une plainte dans le secteur des oeufs d'incubation
81.	Promotion d'autres mécanismes de réglement des différends
01.	Travail avec les provinces et les T.NO.
ͰI.	Autres segments du secteur.
ΗĪ.	Oeuls d'incubation de poulet à chair
	Oeufs de consommation
71	Poulet
11.	nobnid
01.	Fonctionnement du secteur:
	SUIVI DU RÉGIME DE GESTION DE L'OFFRE POUR LA VOLAILLE ET LES OEUFS
0	TES MIMBRES DU CONSIII
ć	MESSAGE DE LA FRESIDENTE







Numéro de catalogue A99-2/1999 Numéro de catalogue A99-2/1999

© Ministre des Travaux publics et des Services gouvernementaux Canada, 2000

Édifice Canada, 10e étage, 344, rue Slater Ottawa (Ontario) Téléphone : (613) 995-6752 Télécopieur : (613) 995-6752 Site web : http://www.nfpc-cnpa.gc.ca Sourrier électronique : nfpcweb@em.agr.ca

Ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire L'honorable Lyle Vanclief, c.p., député

(Ontain() Faril()

Regarder à l'extérieur, regarder à l'intérieur.

Monsieur le Ministre.

comme vous le verrez dans notre Revue annuelle pour 1999. Voilà les thèmes qui ont marqué les événements et les activités de cette année au Conseit national des produits agricules.

Nos activités étaient axées sur :

- le suivi du régime de gestion de l'offre pour la volaille et les oeufs;
- la promotion du dynamisme du secteur;
- l'amélioration de nos propres activités.
- secteur de la volville et des oeuls. Cela signifiait qu'il fallait élargir nos horizons par la Mission de sensibilisation à l'exporte fint de leurs besoins. Cela signifiait atirer l'attention sur les développements qui, au Canada ou à l'étranger, pouvaient afectur le Pour nous, regarder à l'extérieur signifiait l'intensification des contacts avec tous les segments de l'industrie et l'écreuve

Regarder à l'intérieur signifiait pour nous une rigoureuse concentration sur la laçon dont nous pouvions le pluis de viande de volaille en Asie et partager nos nouvelles connaissances avec le secteur au Canada.

régies agroalimentaires (fédérale et provinciales) et des autres segments du porteleuille fédéral de l'agriculture: il signifiait intégrer nos efforts à ceux de nos partenaires gouvernemaux d'Equipe Canada inc., de l'Association nationale des Ladoption des meilleures pratiques. Il signifiait mettre en place des lignes directrices améliorées pour entendre les plaintes da énergies vers le renouvellement des accords fédéraux-provinciaux, vers d'autres méthodes de règlement des différends et rers efficacement aider le secteur à coopérer pour réaliser plus efficacement ses objeculs commune. Ceta slanliait canalise : 😥

secteur. Zous avons établi des buts dépassant les prescriptions législatives et assumé un rôle de chef de file. Yous mantenons En rétrospect, nous nous sommes appliqués à élargir le cadre de la contribution que le Conseil pourait apporter au

buts en l'an 2000. le cap sur la réalisation des objectifs que nous avons poursuivis en 1999. Zous entendons réaliser plus pleinement ces ructues

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Ministre, l'expression de mes sentiments distingués.

La présidente,



: TAGNAM

Travailler avec les offices à prom or commercialisation plus efficace des produits

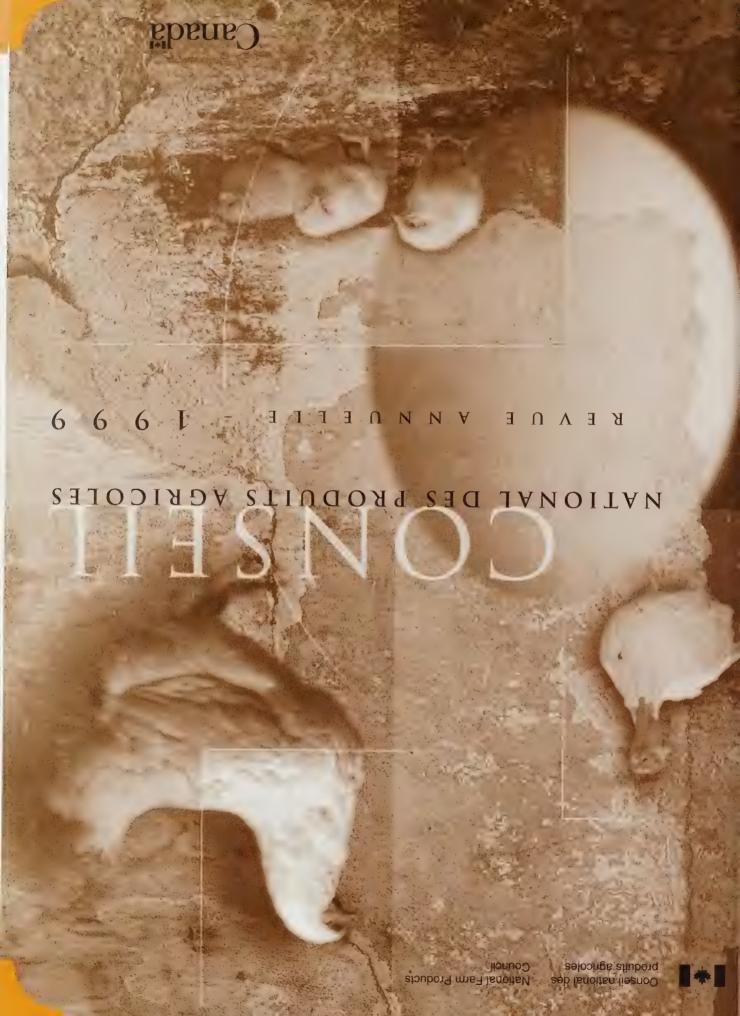
-1000004 William 1 Mg - 2011-0 1

Travailler avec les offices de promotion et de recherche pour faire de la recherche sur la production primaire et pour promouvoir les produits agricoles réglementés.

, - 1 - 1 - 1 - 1 - 1

: NOISSIW

stron de l'offre préserve l'équilibre entre sion de l'offre préserve l'équilibre entre sintérêts de tous les intervenants, depuis si producteurs jusqu'aux consonnnateurs.



CAL DB35 - A56

> NATIONAL FARM PRODUCTS COUNCIL



2000 ANNUAL REVIEW

Canada





MISSION:

To ensure that the national orderly marketing of farm products works in the balanced interests of all stakeholders — from producers to consumers.

MANDATE:

To advise the Minister of Agriculture and Agri-Food on all matters relating to the agencies established under the Act, with a view to maintaining and promoting an efficient and competitive agriculture industry.

To review the operations of the marketing agencies to ensure that they meet their objectives as set out in the legislation.

To work with the agencies in promoting more effective marketing of farm products in interprovincial and export trade.

To work with promotion-research agencies in connection with primary production research and the promotion of regulated farm products.

For more information about where the Council fits and under which authority it operates, please visit the Council website at www.nfpc-cnpa.gc.ca or contact the Council at (613) 995-6752.

LETTER TO THE MINISTER

The Honourable Lyle Vanclief, P.C., M.P. Minister of Agriculture and Agri-Food Ottawa, Ontario

DEAR MINISTER:

This has been an eventful year, filled with opportunities to continue doing what we as a federal government agency always must do and what, at any rate, we feel we do best — provide service to Canadians and bring added value to the industries with which we work.

We challenged ourselves to develop a progressive strategic vision. We accomplished this. The Strategic Vision 2000-2003 charts the way for the next few years.

We challenged the poultry and egg industries to find solutions themselves to long-standing problems. They have done so. We played the supportive role to help them, but took the tough decisions that kept them on track.

In 2000, we charted new territory by conducting public hearings into determining the merits of establishing the first ever promotion-research agency for the beef industry. We ended the year by recommending to you that this agency be established.

This, our Annual Review for 2000, captures some of the main events for us and for those with whom we worked.

Sincerely,

Cynthia Currie Chairperson,

Canada Building, 10th Floor, 344 Slater Street, Ottawa, Ontario KIR 7Y3

Phone: (613) 995-6752 Fax: (613) 995-2097

Web site: http://www.nfpc-cnpa.gc.ca

e-mail: nfpcweb@em.agr.ca

© Minister of Public Works and Government Services Canada, 2001

Cat. No. A99-2/2000 ISBN 0-662-65524-9





TABLE OF CONTENTS

CHAIRPERSON'S MESSAGE	3
THE COUNCIL MEMBERS	7
REVIEWING THE OPERATION OF ORDERLY MARKETING SYSTEMS	
Working with the Industry	10
Forwarding Federal-Provincial Agreement Renewal	
Turkey	
Eggs.	
Chicken	14
Broiler Hatching Eggs	15
Other Parts of the Industries	
Working with the Provinces and Territories	18
Ruling on an Egg Complaint Hearing	19
PROMOTING THE STRENGTH OF THE INDUSTRIES	
Recommending a Proposed New Beef Agency	22
Looking at International Developments	
Guiding Farm Product Groups Through the APMA	
IMPROVING COUNCIL OPERATIONS	
Visioning and Planning	28
Integrating Efforts with Federal Partners	
Explaining our Role	
Operating Better	
GLOSSARY OF ACRONYMS	34



CHAIRPERSON'S MESSAGE

2000 has been a busy year at the National Farm Products Council in all of our roles.

It has meant lots of hard work for the Council members and the NFPC staff—as it has for the poultry and egg agencies, with which we have always worked, and for the beef industry, a new partner for us at the NFPC.

THE NFPC'S ROLE:

Reviewing Operations Under our Legal Mandate

The NFPC's mandate comes from the Farm Products Agencies Act, and the NFPC also administers the Agricultural Products Marketing Act.

The **Farm Products Agencies Act** sets out the authority for an agricultural industry to establish a national orderly marketing system or a national research-promotion agency.

This Act also charges the Council with reviewing how these agencies are set up and how they operate.

During 2000, the NFPC played a very active role to help the four orderly marketing systems in the feather industries work better, more effectively and more efficiently. You'll see later in this Review how we worked with the feather industries, with their national agencies and with other players in the systems, such as provincial and territorial governments, processors and downstream users. You'll also see where we tackled specific issues in 2000, conducting an egg complaint hearing and helping to advance renewal by all four national agencies of their Federal-Provincial Agreements.

During 2000, we also had the excitement of receiving a proposal to create the first ever promotion-research agency under the Act. This came from the beef industry, with the Canadian Cattlemen's Association ('CCA') taking the lead on preparing, presenting and working through the evaluation and approvals process. You'll read later in this Review, of the work the NFPC did to investigate the merits of creating this agency, including holding public hearings and preparing a report and recommendations to the Minister of Agriculture and Agri-Food.

The **Agriculture Products Marketing Act** (**APMA**) allows the federal government to grant a farm product group the same powers over marketing of that product *across* provincial or national borders that a provincial government has granted over marketing of the product *within* a province.





This Annual Review describes the APMA work the NFPC has done with many farm products groups from many parts of Canada. It describes how we're working to simplify the process and improve how we guide the farm product groups through the process.

THE NFPC'S ROLE:

Strengthening the Industries

Flowing from our mandate to make sure that industries operate well under these legislative tools and delegated authorities, the NFPC has taken as its role the job of promoting the strength of the industries with which we work.

This Review describes what we have been doing to bring attention to best practices, such as useful Cost of Production calculations, to build awareness for international trends and to draw interest in export opportunities.

During 2000, the NFPC has been following up on the Poultry Meat Export Awareness Mission to Asia in the autumn of 1999. This Review describes the NFPC's convening of a Poultry Meat Export Working Group, joint work with fellow Team Canada Inc. member organizations, plans for further export action and missions in 2001, briefings for the feather industries on the implications of WTO decisions and negotiations, and how the NFPC has sought to keep up-to-date on international developments by attending international conferences.

THE NFPC'S ROLE:

Improving How We Carry Out Our Role

There have been many changes to the context in which the four national systems operate. In the last years, it's been moving from the traditional 'supply management' within the context of the old international GATT regime to today's 'orderly marketing' within the context of an expanding international FTA and WTO regime.

There have been many changes within the four national systems and the agencies. In the last years, they've been moving from a tight focus on how to produce within Canada to a more market-responsive focus on how to meet differing user and consumer needs at home and abroad.

There have been many changes at the NFPC. We've had new Council members, new initiatives, new projects, new industry partners using new legislative tools. In the last years, we've been moving from a review function alone to a more proactive, far-looking role.

This Review describes the ways we improved our ability in 2000 to be proactive and to look ahead.

It describes our long and thorough look ahead, resulting in a Strategic Vision document for 2000-2003. This document was created in consultation with our main partners in the sector and in the industries, and was widely circulated.

In the Strategic Vision, we took a close look at how we could improve our existing work. How could we streamline procedures for the feather industries as part of our review work? How could we streamline processes for agriculture sectors as part of our APMA work? How could we coordinate better with our federal and provincial government partners in the services we provide farm industries? How could we attract the industries better to tools and approaches that can be useful to them? How could we explain better how these tools work and what the NFPC's role is, through our outreach, through our website and through our presentations?



NFPC'S ROLE:

Proud to Provide Value

The nine members of the National Farm Products Council come from a range of backgrounds and parts of the country. We bring a range of expertise and a thoughtfulness to the decisions we take and to learning as much as we can so that our decisions are based on reality. We meet regularly — thirteen times during 2000 — and we aren't confined to the boardroom. Of the thirteen meetings, seven were by teleconference. Council members made on-site visits around the time of the September Council meeting to Vanderpol Eggs in Abbotsford, the Pacific Agriculture Research Centre in Agassiz, chicken further processor Hampton House in Langley (a major supplier to fast food chains), and to the members and staff of the B.C. Marketing Board (the NFPC's provincial counterpart).

Throughout, we sought to play a role that would be truly useful: useful to the orderly marketing systems, useful to the industries with which we work, useful to other government players as a good partner on joint projects and on policy, useful to the Minister in our expertise and advice...

... and, ultimately, useful to Canada's economy and Canadians.

I believe the National Farm Products Council succeeded in bringing much useful value during the year and for the years to come — for *all* of the different farm product industries with which we worked in 2000.



THE COUNCIL MEMBERS

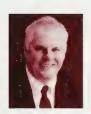
The members are appointed by the Governor-in-Council (that is to say, recommended by the Minister of Agriculture and Agri-Food and appointed by the Prime Minister). They are chosen so that together they bring knowledge and viewpoints from across the poultry and egg sector, across the different parts of the agri-food industry, and from across the country.



Cynthia Currie, Chairperson

Tenure: March 1997 - May 2002

Cynthia Currie is a native of Georgetown, Guyana. Prior to her appointment as Council Chairperson, she was General Manager of the Canadian Chicken Marketing Agency (now known as the Chicken Farmers of Canada). She also served as a member of the Canadian Agrifood Marketing Council and the Agriculture, Food and Beverage Sectoral Advisory Group on International Trade.



Ron O'Connor, Vice-Chairperson

Tenure: January 1998 – January 2004

Ron O'Connor is from Shelburne, Ontario, and is the owner/operator of Irm-Ron Farms Ltd. He is a former Director on the Board of Chicken Farmers of Ontario since 1988, serving as its Chairman in 1996-97.



Lorraine Arnett, Member

Tenure: October 1999 – October 2001

Lorraine Arnett is from Durham, Ontario. She and her family partners own and operate a small mixed farm, including a 10,000 ft² broiler barn. She is the comptroller of Bert Fisher Farms Ltd., Fisher Feeds Ltd. and associated companies, of Listowel, Ontario.



Anne Chong Hill, Member

Tenure: June 1998 – June 2001

Anne Chong Hill is the President and Chairwoman of Global Commerce Development Inc., a publicly traded company with subsidiary food companies Global Gourmet Foods Inc. (B.C.) and Premier Meats International Inc. (Alberta). A tireless promoter of the Canadian agri-food industry and Canadian agri-food exports, Mrs. Hill is also a member of the Canadian Agri-Food Marketing Council.



Raymond Cloutier, Member
Tenure: June 1998 – June 2001

Raymond Cloutier is from Ste-Foy, Québec, and served for many years as Director of Trade Policy for the Québec Ministry of Agriculture, Fisheries and Food. In 1997, he was decorated as Commandeur de l'Ordre du mérite agricole, with mention of Très grand mérite spécial.



David Coburn, Member

Tenure: January 1998 – January 2001
David Coburn is a native and resident of Keswick, New Brunswick. He is manager of W.B. Coburn & Sons, a sixth-generation family farm.
A past-president of the New Brunswick Federation of Agriculture, he received the 1995 Outstanding Young Farmers of Atlantic Canada award and was named an Honorary Associate of the Nova Scotia Agricultural College in 1999.



John A. (Sandy) McCurrach, Member

Tenure: June 1998 - June 2001

Sandy McCurrach, from Kamloops, B.C., is owner and President of Purity Feed Co. Ltd., and owner and manager of Jamieson Creek Ranch. He is a former turkey producer and past executive member of several agri-food organizations.



Paul Ouellette, Member

Tenure: January 1997 – January 2001

Paul Ouellette, a native of Marieville, Québec, is founder and partner of several poultry distribution businesses. He is past-president of the Canadian Poultry and Egg Processors Council and a past-president and long-serving former member of the Association des abattoirs avicoles du Québec.



Michel Veillette, Member

Tenure: January 1997 – January 2003

Michel Veillette, a native of St. Maurice, Québec, is the President of the Québec Dairy Council and also National Director for the Crémerie des Trois-Rivières limitée. He served as a Member of Parliament from May 1979 to September 1984, and was also Parliamentary Secretary to the Minister of Consumer and Corporate Affairs.

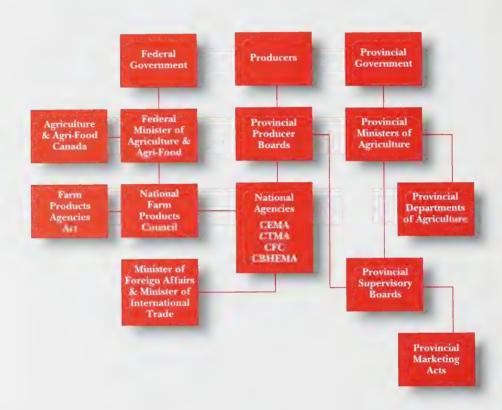


Reviewing the Operation of Orderly Marketing Systems

WORKING WITH THE INDUSTRY

The NFPC reviews the operations of the national orderly marketing agencies for turkey, eggs, chicken, and hatching eggs for broiler chickens.

Here's how the system looks:



So, how does the NFPC do its work?

At the core of its work, the NFPC reviews each national agency's proposed quota and levy orders and decides whether to authorize the agency to enact them within the system. These orders are the legal engines on which the national systems run.

In 2000, the NFPC assessed many orders from the four agencies, and approved 26. Sometimes, they returned an order to an agency, asking for more work or more supporting information.

Another part of the NFPC's work with the four agencies is to determine what modifications are needed in their Federal-Provincial Agreement Proclamations and Marketing Plans. During 2000, the NFPC gave much encouragement and advice to the agencies as they continued to work to renew their FPAs.



2000: Orders and Amendments

	Quota	Levies	Other
CFC	6	3	X
CEMA	2	3	X
CTMA	3	2	X
CBHEMA	4	2	1

Beyond the legalistic work, the NFPC also helps to strengthen the four industries for today and tomorrow. You'll read more about this kind of work under the section *Promoting the Strength of the Sector*.

Forwarding Federal-Provincial Agreement Renewal

A project for all four of the orderly marketing agencies was to renew their Federal-Provincial Agreements. A renewed FPA, with its appended Marketing Plan and Operating Agreement, is the document under which the parts of a national orderly marketing system come together and operate.

The systems, the industries and the markets for the four commodities have changed much in the past years. So, too, then, must change the FPAs. In 1998, ministers of agriculture charged the four industries to renew their FPAs.

Each FPA requires 19 or more signatories: from Ministers to provincial government supervisory agencies to provincial or territorial-level commodity boards, depending on the agency.

Serious differences in the chicken industry complicated progress towards a renewed Agreement on chicken. That said, at the end of 2000, the chicken FPA was the most advanced of the four. The Chicken Farmers of Canada led the drafting, with the NFPC lending strong advice on format, giving regular legal and language feedback, plus looking to see that the provincial government supervisory boards and provincial governments were being kept in the loop.

By 2000 year-end, the egg industry had reached accord on some of its serious disputes and it, too, would be turning attention to renewing the egg FPA in 2001.



The turkey and broiler hatching egg industries did preliminary FPA work in 2000, holding Working Group meetings in March. The Canadian Broiler Hatching Egg Marketing Agency's Working Group met on March 23, with an NFPC representative attending. NFPC Chairperson Cynthia Currie and another NAASA member rep sat in on the Canadian Turkey Marketing Agency's meeting on March 31.

Through 2000, both of these agencies looked to the chicken FPA renewal process as a model. By the end of 2000, with the chicken FPA renewal entering its final stages, CTMA and CBHEMA declared they too would be tackling their FPA renewal in 2001.

Turkey

The Canadian Turkey Marketing Agency (CTMA) was created in 1973 to manage the supply of turkey in Canada. Its Board of Directors has eight provincial producer members, two primary producer members and one further processor member.

The core work of the Council with any of the four orderly marketed agencies is to consider an agency's levy and quota orders.

During 2000, Council members assessed and approved three turkey quota orders and two levy orders.

Beyond quotas and levies, Council members and staff kept in steady contact with the CTMA through the year.

Our representatives were at CTMA's meetings in March, June, September and November, and gave updates on NFPC activities. We also heard the latest news on CTMA's projects, such as the completion of the study on benchmarking and results from the producer-processor 'Turkey Tuesday' marketing campaign.

The NFPC was especially interested to mark the difference made by CTMA's recent new quota allocation methodology to supply more flexibly the needs of the two types of market for turkey meat in Canada.

The CTMA came to the NFPC too, to the June and December Council meetings. In December, the CTMA reviewed its actions and issues in 2000, presented to the Council members the CTMA's action strategy and budget for 2001, and looked ahead to projects for the new year.

At the end of 2000, we were looking forward to working closely with CTMA on the renewal of its Federal-Provincial agreement. CTMA's technical committee of its FPA working group was to begin drafting in the new year and we were readying ourselves to work with them.

Eggs

The Canadian Egg Marketing Agency (CEMA) has managed the supply of eggs in Canada since its creation in 1972. Its Board of Directors includes representatives from the ten signatory provincial and the Northwest Territories (NWT) commodity boards, three representatives from the Canadian Poultry and Egg Processors' Council and one from the Consumers' Association of Canada.

The egg industry continued to face quota allocation problems in 2000, but by year end the NFPC was pleased by the industry's progress towards solving these problems, with more progress expected in 2001.

The national egg industry could not agree on how to allocate quota. This had been a problem for many years. Early in 2000, the NFPC agreed to a special extension of the CEMA's quota orders until the end of February 2000, holding the system in stasis at 1999 levels, to give CEMA more time to find agreement on the 2000 production year.

Agreement was long and tough in coming.

CEMA presented orders to the NFPC for prior-approval in February and March. The Council did not take decision on them, but asked CEMA for more supporting information.

On March 24, the Manitoba and Saskatchewan signatories to the national egg agreement lodged a formal complaint with the NFPC. As will be described later in this Review, the NFPC held hearings, heard arguments and ruled on the complaint. The Council approved the CEMA quota order to keep the egg system operating and give the industry an opportunity to develop an acceptable allocation methodology.

Council member and egg complaint hearing panel member Raymond Cloutier:

"The egg producers proved yet again that seeking 'win/win' solutions is assuredly the way to arrive at long-lasting agreements among provinces."

As described later in this Review, CEMA worked hard to find a solution that the CEMA members could agree to and which could be the starting point for work on the renewed FPA in 2001. The NFPC approved CEMA's 2001 quota order late in 2000, noting that the solution would indeed have to be enshrined in a new, negotiated FPA in 2001 which all the needed signatories to a national egg agreement could sign onto.

Another job CEMA took on in 2000 was to update its Cost Of Production formula. The NFPC has been encouraging work on 'COP' and had produced COP guidelines for the national agencies. In 2000, we challenged the egg agency to develop a defensible COP formula. At the end of 2000, Council was awaiting the outcome of this exercise.

Chicken

The Chicken Farmers of Canada (CFC) was created in 1978 to manage the supply of chicken in Canada. Its fourteen-member Board of Directors is made up of farmers appointed each year by provincial marketing boards, which are signatories to the federal-provincial agreement that created the CFC. Non-farmer directors (one from the restaurant industry, one from the further processing industry, two representing the processing industry) are appointed for two-year terms by their respective national associations.

In 2000, the NFPC approved six chicken quota orders and three levy orders.

Three other big topics held the NFPC's attention during 2000:

- 1 the industry's renewal of its Federal-Provincial Agreement (FPA),
- 2 the withdrawal of Alberta as a signatory to the chicken FPA on December 31, 2000, and the related Chicken Farmers of Canada discussions with Alberta and B.C., and
- 3 chicken imports, domestic supply and the government's policy on Import Controls.

By the end of 2000, the chicken FPA renewal was more advanced than the egg, turkey or broiler hatching egg FPAs. The Chicken Farmers of Canada had agreed on a draft new FPA and was next seeking approvals from federal legal counsel and from the provincial signatories. The CFC expected to get agreement from all in the first part of 2001.

During 2000, the NFPC worked intensely with the Chicken Farmers of Canada on its draft Federal-Provincial Agreement, lending expertise, drafting support and legal advice. The NFPC also pushed steadily to have the provincial government supervisory agencies kept connected to the drafting process. The NFPC had regular consultations and updates from the CFC throughout the year on its progress.



At the beginning of 2000, Alberta had served notice of its intent to withdraw from the chicken FPA, to take effect on December 31, 2000. This was prompted by uncertainty over whether B.C. would continue to participate in the national chicken system, the result of conflict between B.C. producers and processors, and a B.C. Supreme Court ruling. The province had the right to call back its notice of withdrawal at the end of February. It did not. At the end of 2000, the NFPC was remaining in discussions with the CFC on Alberta's withdrawal and on the agency's efforts to negotiate service contracts with Alberta and B.C.

During 2000, staff were part of a team advising the Department of Foreign Affairs & International Trade on the development of a domestic supply program to meet the needs of manufacturers of chicken products that are not included on the Import Control List (ICL). Under federal Import Controls policy, only a certain volume of chicken is permitted to come into the country under a lower tariff rate.

The CFC had been aiming to supply this need with domestic chicken instead of imports. The Ministers of Agriculture & Agri-Food and of Foreign Affairs agreed this was a good aim. They challenged the CFC to work with the industry to develop a domestic supply programme. The CFC charged its Market Development Committee to undertake the task. The Minister of Agriculture & Agri-Food charged the NFPC to act as an observer on this Committee, to monitor its progress and to report regularly to him. At the end of 2000, substantial progress had been made and the CFC was aiming to have a new programme in place by mid-year 2001.

The NFPC also worked with the chicken industry on projects such as the Poultry Meat Export Working Group, described later in this Review.

Broiler Hatching Eggs

Created in 1986, the Canadian Broiler Hatching Egg Marketing Agency (CBHEMA) manages the supply of broiler hatching eggs in Canada. The seven member Board of Directors includes representatives from the five provincial commodity boards (Quebec, Ontario, Manitoba, Alberta, and British Columbia), and two representatives appointed by the Governor-in-Council (positions vacant since 1996 and 1998 respectively).

The broiler hatching egg industry started the year 2000 without having quota, levies or orderly marketing orders in place. By the end of 2000, the Canadian Broiler Hatching Egg Marketing Agency had brought forward and gained NFPC approval for four quota orders, two levy orders and one orderly marketing regulation.

The industry could not agree how to account for imports when allocating production quota among the member provinces, while staying within the total national production quota. This was a problem. Without agreement, it couldn't settle on any orders, couldn't bring any forward to the NFPC, couldn't put any into effect.

The NFPC knew well the importance of getting orders in place to a national orderly marketing system for broiler hatching eggs, but knew the solution to the problem had to come from the industry itself.

The industry members, too, knew the importance of getting a solution, but hadn't been able to find one all through 1999.

The NFPC had worked steadily throughout 1999 to help CBHEMA keep at the search for a solution. The NFPC had conducted a complaint hearing about the methodology and then prepared a report on its findings. The Council had urged CBHEMA to adopt its report recommendation for professional mediation, which CBHEMA had done; mediation took place throughout autumn 1999. The NFPC had encouraged and facilitated meetings and discussions. And yet, by the end of 1999, the industry had still found no solution.

But the industry held firm into 2000. Knowing the value of a national orderly marketing system, the industry did not want to abandon it. And the NFPC held firm too, steadily pressing the industry to keep working to save the system.

Then, on January 14, 2000, all these efforts bore fruit. CBHEMA's Board of Directors alerted the Council that it now had agreement on the way to treat imports in its quota allocation.

At the February Council meeting, Council members prior-approved CBHEMA's preliminary 2000 quota regulation and 2000 levies order, reminding CBHEMA it had to amend its Marketing Plan to reflect the new allocation methodology. More orders followed, covering the 2000 final allocation and preliminary quota and levy orders for 2001.

CBHEMA was able to turn to its other tasks, such as amendments to its own orderly marketing regulation for the NFPC to prior-approve. One amendment allowed broiler hatching eggs to be sold from New Brunswick (which is not a party to the national orderly marketing system for broiler hatching eggs) into Québec (which is) under a special contract. Another amendment removed expiry dates from the regulation, allowing it to stay valid unless changed, without having to return every year to the NFPC for renewal.

Another task to which CBHEMA could now turn its attention was the renewal of the broiler hatching egg Federal-Provincial Agreement. During 2000, CBHEMA held one meeting in March of its FPA Working Group, with an

NFPC representative attending. CBHEMA decided it would watch progress by the chicken agency on its own FPA renewal first. At the end of 2000, with the chicken FPA renewal entering final stages, CBHEMA told the NFPC it was readying itself to tackle the broiler hatching egg FPA in 2001.

Other Parts of the Industries

The NFPC keeps in regular contact with other organizations in the poultry and egg industry.

Council members invited representatives of the Canadian Poultry and Egg Processors Council and of the Further Poultry Processors Association of Canada to meet with them at the Council meeting of February 2–3, 2000.

In turn, NFPC representatives attend meetings of the CPEPC and FPPAC. Representatives attended the CPEPC's special 50th Anniversary Annual General Meeting in Ottawa in June. The FPPAC invited the NFPC's Executive Director to its February meeting to give a presentation on the 1999 Poultry Meat Export Awareness Mission to Asia.

The NFPC also was working jointly with both organizations on projects such as following-up on the Asia poultry mission and the resulting Export Working Group, or work on a new poultry database.

The NFPC was connected to other related organizations too, and kept informed of their activities. Council member Anne Chong Hill, for instance, is also a member of the Canadian Agri-Food Marketing Council and brought updates on CAMC developments. The Council members continued to invite guests from various parts of the agriculture industry to speak to them at Council meetings — as with the Canadian 4H Council representative at the December Council meeting.

As mentioned in the Chairperson's Message, Council members made on-site visits to a producer, a research centre, a further processor, and its provincial regulatory agency counterpart in British Columbia on the occasion of their September Council meeting.



WORKING WITH THE PROVINCES AND TERRITORIES

The NFPC, as always, kept in touch with players at the provincial and territorial level, whether to share ideas or to consult over specific issues as to how the orderly marketing systems are running.

One of the more structured ways the NFPC does this is through membership in the National Association of Agri-Food Supervisory Agencies. The NAASA links the federal NFPC and its counterparts in the provincial and territorial governments.

Consulting and Sharing Information

The NAASA meetings were a good venue for government representatives to alert each other on upcoming developments, to get a feeling for the atmosphere in the different regions during disputes within the orderly marketing systems, or to get feedback on things such as the NFPC's Strategic Vision for 2000-2003.

The NFPC participated in the many NAASA meetings: the teleconferences in January, April, two in May, June, October and December, plus the face-to-face meetings in Ottawa in March and in September (before the NAASA meeting with the Chicken Farmers of Canada on the draft chicken FPA).

FPA

The renewal by the four agencies of their Federal-Provincial Agreements was the biggest issue NAASA members dealt with in 2000.

As mentioned earlier, the Chicken Farmers of Canada was tackling renewal of its chicken FPA and this was a strong focus for the NFPC and its fellow NAASA members. NFPC worked intensely with the CFC on the draft. The NFPC kept an especially close eye on how the provincial supervisory agencies and governments were being kept in the loop and led several of the NAASA discussions on the chicken FPA.

The NFPC was also able to update the other NAASA members on the status of work by the other three national orderly marketing agencies on their FPA renewal.











RULING ON AN EGG COMPLAINT HEARING

The Hearings

In 2000, the NFPC conducted an inquiry into a complaint received against the national egg agency's decision on quota allocation.

The complaint arrived at the NFPC's office on March 24th. It came from Manitoba and Saskatchewan signatories to the national egg agreement. The complainants were the two provincial agricultural ministers, the two provincial government supervisory agencies and the two provincial egg boards. They complained against the Canadian Egg Marketing Agency's proposed 2000 quota allocation among the member provinces and territory.

The Chairperson of the NFPC, upon receiving the complaint, appointed Vice Chairperson Ron O'Connor to chair a three-member Committee to inquire into it.

The Committee held hearings in Ottawa on May 3rd and 4th. It heard economic, policy and legal arguments from the two complainants, from CEMA, and from others in the industry who were involved in setting the quota allocation, or who would be affected by it.

Council member Lorraine Arnett:

"As the new member in 2000, I was impressed by the complexity of balancing interprovincialism versus the national benefits across Canada."

The Findings

Following the hearings, the Committee made its report. The report presented its conclusions on the arguments raised, presented observations on the scope of the discretion with which the agencies applied their criteria, noted the limits to this discretion, and acknowledged that the complainants had several strong and valid points that needed to be addressed so that the egg system could continue strong into the future.

The Committee concluded by dismissing the complaint. Council then approved CEMA's proposed quota allocation order. However, in transmitting this approval, the NFPC made clear to CEMA and the egg system members its serious concerns on how CEMA was applying its criteria and the methodology by which it set its quota allocation.

The Results

CEMA and the egg industry took this issue seriously and instructed its Quota Allocation Committee to work out a new quota allocation methodology acceptable to all signatories of the National Agreement.

A new methodology was hammered out and agreed to by the CEMA's Board of Directors in the autumn of 2000. Late in 2000 CEMA presented for NFPC approval new quota and levy orders covering the 2001 production year based on this new methodology.

The NFPC prior-approved CEMA's 2001 quota order based on the positive direction of work completed to date.

"I trust that progress will be made by CEMA's quota allocation committee with respect to developing a new quota allocation methodology and related levy structure....

In Council's view, it is very important that the agency have [this] in place for CEMA's 2001 quota allocation....

We have made our concerns known with work to date on this file and anticipate positive developments."

Letter from the NFPC Chairperson to CEMA, July 19, 2000



Promoting the Strength of the Industries



For many years, beef cattle producers had been working on a proposal to create a new type of national agency: a promotion-research agency. In January 2000, their proposal arrived at the NFPC.

The beef producers had been finalizing their proposal during 1999, consulting the various parts of the beef industry across the country. The Canadian Cattlemen's Association had the lead on drafting and taking expert advice from the Department of Agriculture and Agri-Food.

This special type of national research-promotion agency was allowed for under Section III of the Farm Products Agencies Act. The Act permitted this type of agency to be funded by a levy on product sales across provincial and Canadian borders, and it could permit this levy to be mandatory.

The Act also named the NFPC as the federal body that would review the creation and operation of any such agency.

No agency of this type had ever yet been created.

But now, beef cattle producers were ready for one.

The CCA presented a proposal to the NFPC, acting on behalf of ten other beef cattle associations across Canada.

Then it was over to the NFPC.

The Farm Products Agencies Act sets out the course of action for the NFPC. The NFPC must conduct an inquiry into the merits of establishing a research-promotion agency, see what benefits it might have, see what negative impacts it might have, gauge what support it has from the industry itself, and look at how it might realistically function. It must conduct at least one public hearing and call for submissions and comments.

The Council Chairperson appointed three Council members to conduct public hearings into the merits of establishing a research, market development and promotion agency. These hearings were held in May and June in Calgary, Alberta, Etobicoke, Ontario and Pointe-Claire, Québec. The NFPC received and considered many comments and submissions. It carried out its own research and thinking. It wrapped together its findings in a Report on the Inquiry.

The Report was formally adopted by the Council at its December meeting.



"An interesting exercise this year has been the beef proposal.

It was certainly a good initiative. It was a progressive step

and it's the start of more to come."

The National Farm Products Council concluded that there was merit in creating this agency. The Council sent its recommendations to the Minister of Agriculture and Agri-Food, namely that:

- the public interest would be well-served by a vehicle that could generate funding needed for good research, market development and promotion for beef cattle, beef and beef products
- there was ample evidence of majority support from the aggregate of producers and importers in Canada
- a national beef cattle research, market development and promotion agency be created, according to the Farm Products Agencies Act
- the agency be headquartered in Calgary (as the industry proposed)
- the agency be authorized powers over product sales across a provincial border, over exports and also over imports (whether or not the industry actually chooses to exercise those powers immediately, or ever)
- that the agency ought to have representation from the Canadian Meat Council and from the Canadian Association of Importers and Exporters, as well as from the different provincial producer boards
- the promotion and research plan in a draft agency Proclamation be adopted and implemented
- more work be done to flesh out the levying system and how it could dovetail with existing provincial levy systems
- levying be phased in, since not all provinces had in place legal arrangements that allowed them to impose a mandatory, non-refundable levy on trade within the province
- imports not be levied unless and until all domestic trade was being levied.

At the end of 2000, the NFPC was readying itself to work with the industry to build the operating details and legal requirements needed to make this agency a reality.



LOOKING AT INTERNATIONAL DEVELOPMENTS

If you know what's over the horizon, then you can move towards potential opportunities or prepare a strong defence against potential problems.

The NFPC aims to strengthen the industries with which it works, and part of that is keeping aware of what might be over the horizon that could affect the industries, and sharing that information with them. Council members and staff attend international conferences, such as the U.S. Department of Agriculture Outlook Conference in February 2000 and the U.S. National Chicken Council meeting in Washington in October.

During 2000, our work fell into two main areas:

- 1 tracking WTO developments,
- 2 increasing export awareness and readiness in the poultry and egg industries.

We closely watched the WTO negotiations during 2000. We were included in de-briefings from Canada's negotiators and kept contact with the agricultural team based out of the International Trade Policy Division at Agriculture and Agri-Food Canada (AAFC). Council members had regular updates on developments.

We also carefully watched developments following the WTO decision on Canada's dairy export policies, with attention to possible implications for the poultry and egg orderly marketing systems and their programmes. We discussed the implementation of the decision with the Canadian Dairy Commission, the Department of Foreign Affairs & International Trade (DFAIT) and AAFC. On June 12, the Chairperson and Executive Director took part in a meeting at AAFC with DFAIT, the national egg agency and the national chicken agency to discuss the WTO dairy ruling and Canada's poultry and egg programmes.

On the export awareness and readiness side, we followed up on the Poultry Meat Export Awareness Mission to Asia in 1999, which we had initiated and coordinated, and on the decision late in 1999 to form a Poultry and Egg Export Working Group.

The Poultry Meat Export Working Group had its first meeting on January 31, 2000, bringing together chicken and turkey producers, processors, further processors, traders, the NFPC and officials from AAFC's Market Information and Services Branch.

As mentioned earlier in this Review, our Executive Director was invited to the February 18 meeting of the Further Poultry Processors Association of Canada

to give a presentation on the mission and seek FPPAC participation in the working group.

On May 25, the NFPC and the Canadian Poultry & Egg Processors Council (CPEPC) co-hosted a meeting in Toronto to bring together poultry processors once again for a look at the approach to exporting. At that meeting, Council outlined the actions taken in the beef industry through the Canada Beef Export Federation as it moved into an export orientation that has resulted in positive increases in Canada's beef trade.

On October 30, the NFPC invited some 20 industry leaders to a meeting of an expanded Export Working Group. Some successful poultry meat exporters shared their experiences. The participants talked over different perspectives on developing export markets. The Canada Beef Export Federation spoke about the beef industry's success in increasing the quantity and value of its exports, and offered to work cooperatively with the poultry industry in export markets. Information on this meeting was circulated in the NFPC and CPEPC newsletters.

Following this meeting, we began to develop an action plan with industry input to effect the next steps in export marketing of poultry and egg products.

One of the tasks was to research appropriate international food shows. One popped out from the rest: Tokyo's Foodex 2001, March 13–16. At the end of 2000, the NFPC had begun work on organizing poultry representation at the show at the Canadian government pavilion.

The NFPC is part of Team Canada Inc., the 'virtual' trade agency that coordinates export development programmes, exporter information and other services to exporters offered by the government members and private sector partners. Our representatives attend the regular TCI Management Board meetings, where the members update each other and review progress on joint TCI activities. As a member organization, we took part in a consultant's survey on TCI governance.

Another project in 2000 aimed to strengthen the industry by increasing export readiness and by opening export opportunities. This was to update poultry and egg listings on the federal SourceCAN directory. SourceCAN is a free e-business network operated by Industry Canada, where foreign and domestic buyers can directly find companies that provide Canadian products and services. We began a cooperative campaign with Industry Canada and the poultry and egg industry to make all industry companies aware of the directory and make sure that any company who wants to be listed has an up-to-date and complete profile.





GUIDING FARM PRODUCT GROUPS THROUGH THE APMA

It's not just about poultry and eggs, or even beef for us...

... the NFPC's work touches on other farm products as well.

Wood, canola, flax, alfalfa, hogs, — all had APMA orders that the NFPC staff worked on in 2000.

Sheep, potatoes — these industries had advice from the NFPC on the APMA during 2000.

The 'APMA' is the Agricultural Products Marketing Act. It lets the federal government grant a farm product group certain powers over the marketings of a product across provincial or Canadian borders so long as a provincial government has already granted that group those powers over marketings within the province or territory.

A farm product group has to get the process started by making an application under the APMA to the NFPC. The NFPC then guides the order through the federal evaluation and approvals process, coordinating with the sectoral group, other federal agencies and often a provincial government or two.

The application has to provide the right kind and detail of information. The NFPC assesses the application's content and prepares it for legal review and approval, including evaluation of the client's legal powers under their provincial governments. At the same time, policy issues are evaluated by the Department of Agriculture and Agri-Food.

Once an order receives approval, the NFPC prepares it for publication in the Canada Gazette, which puts it into effect.

In 2000, the NFPC 'gazetted' six APMA orders, with another five in the works for 2001, as well as giving advice to other sectoral groups on the APMA, what it can do, what is needed for an application, and what the process is.

To help make the APMA process simpler for sector groups, the NFPC launched an initiative in 2000 to produce a better, more convenient guide to the APMA. It also continued discussions with the Departments of Agriculture & Agri-Food, and of Justice, on better APMA administration, notably on regulatory requirements for publishing orders and regulations.

The NFPC website, too, was turned to good use, with a new reference section on the APMA application process, so that sector groups could quickly get oriented no matter where they were in the country.



Improving
Council
Operations

VISIONING AND PLANNING

Where will the NFPC be in three years?

What will the industries be like? What will the orderly marketing systems be like? What about the other types of agencies within our mandate? What issues will be important for the industries with which we work? What will our work be like?

And where do we want to be in three years — and what can we do to get there?

These were the questions for our Strategic Vision exercise in 2000. It began with the Council members, widened through consultations with our partner groups in the government and in the agricultural sector, continued with full NFPC staff discussions and resulted in a Strategic Vision document. The Strategic Vision document was circulated throughout the industry and served as a good anchor point for our planning in the immediate and mid-term.

On January 31, the exercise began with a two-day retreat by the Council members. They brainstormed on such questions as: What more could the NFPC do to make dispute resolution mechanisms in the industry more effective? What were the impacts of globalization on the industry and the orderly marketing system, both pressures and opportunities? Did our perception of this differ from that of the industry? Was there a rise of regionalism in the national orderly marketing systems and, if so, how ought we to respond to it? Some of the answers were pulled together in an action plan.

This action plan, fused with the regular annual work planning, grew into our Strategic Vision document. The Strategic Vision set out the priorities for the NFPC for the following three years and the line of action we would take to address those priorities. The document was widely circulated through a mailing, publicized through our own outreach and industry newsletters, and was posted on our website in an updated Priorities section.

The Strategic Vision and the long-term action plan could then frame our annual planning and priority setting.

They would also help structure our accountability reporting. Every year, the NFPC makes two reports to Parliament — and 2000 was no different. The first, in early spring, is the Report on Plans and Priorities. It is based on the NFPC's annual strategic planning and it outlines plans, key target results and the needed associated resources for the following three-year period. The second is in the fall: a Performance Report on the previous year's accomplishments. The NFPC reports for 2000 appeared in the same publications as reporting from the Department of Agriculture & Agri-Food.











INTEGRATING EFFORTS WITH FEDERAL PARTNERS

The NFPC works within the federal agriculture portfolio with the other portfolio agencies, as well as with other federal agencies whose work coincides with our own. The idea is to coordinate, rather than duplicate or leave gaps in the value we bring to the public and the commodity groups Council deals with.

The National Farm Products Council is very conscious of its responsibility to fulfill the duties and role assigned to it by Parliament. There is also the recognition of a responsibility to serve the needs of citizens. The Council is an integral and active member in the government's agriculture and rural portfolio supporting the initiatives and programs of the Department of Agriculture and Agri-Food.

The NFPC has a close administrative relationship with Agriculture and Agri-Food Canada (AAFC). As mentioned in an earlier section of this Review, the NFPC reports to Parliament are included in the AAFC's reports.

The NFPC receives various administrative support from AAFC. The NFPC also relies on the technical staff at the AAFC to keep our website functioning, and functioning well, for our web visitors, plus two-way linking between the AAFC and the NFPC to direct visitors to the information and contact coordinates they need from either organization.

The Council's members and staff draw on their intimate knowledge of the operations of the four national agencies and developments in the various farm product industries to provide briefings, advice and analysis to other government departments and agencies as requested throughout the year.

The NFPC participates in planning and policy discussions connected to our mandate, providing the other portfolios with briefing notes and advice on policy or speeches. NFPC representatives take part in regular meetings with AAFC and other agriculture portfolio officials on management, administration, informatics and communication outreach.

Special to 2000, and mentioned earlier in this Review, the NFPC worked with the AAFC, along with Justice Canada, to streamline the APMA approvals process, to simplify and speed up the turnaround to the commodity groups.

The NFPC also explored with Justice Canada and the Privy Council Office ways to streamline the processing of orderly marketing agency orders and regulations. The result: a more convenient, less expensive process for the national agencies was to be put in place during 2001.

Tracking WTO and international agriculture developments is another area of joint effort. As mentioned earlier in this Review, AAFC and NFPC stayed close on the WTO negotiations, and both met with the Canadian Dairy Commission during 2000 on the WTO's ruling over the dairy export programmes.

The NFPC also contributes to the programmes of foreign agricultural delegations coordinated by AAFC. This year, delegations from Poland and Costa Rica had presentations from the NFPC on Canada's orderly marketing systems and government policy.

The NFPC joined the portfolio on specific project initiatives, such as the Youth Opportunities Programme, including publicizing the programme with the industries closest to us and joining in to produce a pamphlet and special website where young people could get more information about the programme. Another project linked the NFPC, AAFC and the broiler hatching egg agency to begin construction of a more accessible poultry database, which will help to ground decisions, and thinking, on a more common basis.

The NFPC also joined in federal-wide meetings, and worked on wider federal issues and projects with other federal agencies. Some examples have been described earlier in this Review: how the NFPC brought its expertise to the team led by the Department of Foreign Affairs and International Trade on chicken imports. Or how the NFPC is an active member of Team Canada Inc. on export awareness and services to exporters. Or the NFPC's work with Industry Canada on the SourceCAN exporters' directory.

The NFPC joins, too, on government-wide initiatives, such as the Government On Line initiative to make more complete use of new technologies to deliver services, or the Common Look & Feel initiative to help web visitors navigate better through federal government web resources.

EXPLAINING OUR ROLE

- "Does the National Farm Products Council look after all farm products?"
- "What is orderly marketing?"
- "How does the orderly marketing system work and what does the NFPC have to do with it?"
- "How will what's going on internationally affect how these systems operate at home?"
- "I'm looking to sell several tonnes of soybeans are you buying?"
- "I'm looking to buy pine nuts can you sell me any?"

...and "Are there really such things as green eggs?"

These are only some of the questions that came to the NFPC during 2000! Some came through regular meetings and contacts by the Council members and staff. Some came by FAXed or mailed letter. And some came through the NFPC website.

The NFPC puts great importance on providing value-added information: information that is not being provided elsewhere, or direction to where to find the right information.

The NFPC uses many tools to explain what our role, who we are, what it does and what it all means. These include: the website; the biweekly FOCUS newsletter; the monthly updates to the Minister of Agriculture & Agri-Food and to the other agriculture portfolio members; media interviews; articles in industry press; guideline booklets; and presentations both at the NFPC headquarters and farther afield.

In 2000, the NFPC steadily improved its website, notably with new sections on the beef cattle agency proposal, on the legislation under which we work, on the APMA and application process, and on promotion-research agencies in general. In the autumn, Council also launched a quicker web report on the outcome of Council meetings. Work also began on planning and implementing the design and functional changes required under the new federal Common Look & Feel campaign for federal websites.

We also improved how web visitors were led to our website by improving how the Internet search engines found and featured our site. We made it easier up-front for visitors to understand what our site was about, and offered quick and easy links to redirect their questions to sites more likely to have the answers they were looking for. Thanks to these improvements, the number of lost web visitors or misdirected questions dropped dramatically. This freed up network resources, saved staff time redirecting visitors and saved lost info-seekers much frustration.



The website featured several documents that were also distributed and made available in paper format: the Strategic Vision document; notices and information about the beef agency hearings and evaluation process; and the Agrifacts info sheets that give an overview of the poultry and egg industries and good sources of data.

The website also featured our speeches and presentations through 2000, often with the accompanying visuals.

These presentations were a big part of the NFPC outreach in 2000. Council representatives went out to most of the provincial-level orderly marketing commodity annual meetings across the country. And several were invited to make presentations, including at the national agency annual general meetings in the spring.

As has been mentioned earlier in this Review, the NFPC organized special presentations to the industries on exporting, on the Poultry Meat Export Awareness Mission to Asia in 1999, and on WTO developments. We also made presentations on the orderly marketing system to foreign delegations to Canada.

One other large presentation was to the combined Canadian and U.S. bankers' associations at their conference on agriculture, held in Winnipeg at the end of September. This was at the request of the American bankers, who had heard much about this Canadian 'orderly marketing' and wanted to know more. It was also a good orientation for many of the Canadians there. After the presentation, several of the U.S. bankers wanted to know how they could get some orderly marketing systems in place in the U.S., too!

These were some of the ways the NFPC answered these questions of who the NFPC is, how the orderly marketing systems benefit Canadians, where to get information on buying and selling various farm products — and the whole range of questions put to us.

Including the fact that, yes, there really are green eggs...











OPERATING BETTER

As part of the NFPC's planning, and aim to provide value, we looked at ways to improve the effectiveness and value of its own operation.

Budgeting

2000 saw a better link to the financial planning services provided to us by the Department of Agriculture and Agri-Food, following an agreement in 1999. Corporate Services Branch now provides this service, giving the NFPC a direct link to the central budgeting branch and more direct access to central planning information.

Review of Vote Status

The NFPC completed its review begun in 1999 of the route by which the Council receives its budget from Parliament, otherwise known as its 'Vote Status'. The decision was to continue the existing arrangement, with the NFPC receiving its budget through AAFC rather than separately from Treasury Board.

NFPC-AAFC MOU

During 2000, we began work to develop a Memorandum of Understanding with AAFC to set out clearly what services and service levels AAFC provides to the NFPC. This work will continue in the next year.

NFPC-PSC MOU

Another MOU the NFPC was working on in 2000, was one with the Public Service Commission on issues of accountability during staff hiring. The PSC is entering into agreements with all departments and agencies with respect to accountability to PSC and Treasury Board of delegated staffing authorities. It was expected that the NFPC would enter into an MOU with the PSC in 2001.

Staffing Actions

For the first part of 2000, two NFPC staff members were finishing job exchanges with the AAFC to increase their knowledge and tighten working relations with the Department. One was with the AAFC's poultry policy division and the other with the AAFC's informatics team. Another staff position was regularized from a long-term acting status to a permanent basis. Throughout the year, several people were selected and brought in to keep the NFPC up to full contingent during temporary vacancies.

GLOSSARY OF ACRONYMS

AAFC	Agriculture and Agri-Food Canada
APMA	Agricultural Products Marketing Act
CAMC	Canadian Agri-Food Marketing Agency
СВНЕМА	Canadian Broiler Hatching Egg Marketing Agency
CCA	Canadian Cattlemen's Association
CEMA	Canadian Egg Marketing Agency
CFC	Chicken Farmers of Canada
CFO	Chicken Farmers of Ontario
COP	Cost of Production
CPEPC	Canadian Poultry & Egg Processors Council
CTMA	Canadian Turkey Marketing Agency
DFAIT	Department of Foreign Affairs and International Trade
FPA	Federal Provincial Agreement
FPPAC	Further Poultry Processors Association of Canada
GATT	General Agreement on Tariffs and Trade
ICL	Import Control List
MOU	Memorandum of Understanding
NAASA	National Association of Agri-Food Supervisory Agencies
NFPC	National Farm Products Council
NWT	Northwest Territories
PSC	Public Service Commission
TCI	Team Canada Inc.
WTO	World Trade Organisation

CLOSSAIRE D'ACRONYMES

.ON.T	Territoires du Nord-Duest	
ЬЬС	Producteurs de poulet du Canada	
OMC	Organisation mondiale du commerce	
	d'incubation de poulet à chair	
OCCOIFC	Office canadien de commercialisation des oeufs	
0000	Office canadien de commercialisation des oeufs	
OCCD	Office canadien de commercialisation du dindon	
	Соттегсе ілестаціона!	
WAECI	Ministère des Affaires étrangères et du	
TWIC	Liste de marchandises d'importation contrôlée	
LCPA	Loi sur la commercialisation des produits agricoles	
CATT	Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce	
УЕЬ	Accord fédéral-provincial	
CNFA	Conseil national des produits agricoles	
СЕЬ	Commission de la fonction publique	
CDb	Coût de production	
CCLOA	Conseil canadien des transformateurs d'oeufs et de volaill	
CCCA	Conseil canadien de commercialisation agroalimentaire	
ANNA	Association nationale des régies agroalimentaires.	
ΥC2Λ	Association canadienne des surtransformateurs de volailles	
VCEB	Association canadienne des éleveurs de bovins	
SAAC	Agriculture et Agroalimentaire Canada	
	Way and the second seco	

FONCTIONNEMENT PLUS EFFICACE

Pour réaliser son plan et procurer une valeur, le CNPA s'est efforcé d'accroître l'efficacité et la valeur de ses propres activités.

Budgétisation

L'an 2000 a été marqué par de meilleurs liens aux services de planification financière que fournit au CNPA le ministère de l'Agriculture et Agroalimentaire, suite à une entente conclue en 1999. La Direction générale des services intégrés assure maintenant la prestation des services de planification financière, ce qui procure au CNPA un lien direct aux services centraux de budgétisation ce qui procure au cNPA un lien direct aux services centraux de budgétisation et un accès plus direct aux renseignements sur la planification centrale.

Revue de l'attribution des crédits

Le CNPA a terminé la revue entreprise en 1999 concernant la façon dont il reçoit les fonds que lui accorde le Parlement, ce qu'on appelle communément « attribution des crédits ». La décision prise a été que le CNPA conserverait les arrangements existants et continuerait à utiliser le processus de budgétisation par l'entremise d'AAC plutôt que d'être approvisionné directement par le Conseil du Trésor.

PROTOCOLE D'ENTENTE CUPA-AAC

En 2000, nous avons entamé le travail visant à élaborer avec AAC un protocole d'entente qui énonce clairement quels services et niveaux de service AAC fournit au CNPA. Ce travail se poursuivra l'an prochain.

PROTOCOLE D'ENTENTE CUPA-CFP

Le CNPA s'est appliqué à mettre au point en 2000 un autre protocole d'entente avec la Commission de la fonction publique en matière de reddition de compte pour le processus de dotation en personnel. La CFP conclut des ententes avec tous les ministères et organismes pour la reddition de compte envers elle-même et envers le Conseil du Trésor concernant les pouvoirs délégués de dotation. On s'attend à ce que le CNPA signe son entente avec la CFP en 2001.

MESURES DE DOTATION

Au cours du premier semestre de l'an 2000, deux membres du personnel du CNPA sont revenus au bercail au terme d'un échange de poste avec AAC en vue d'améliorer leurs connaissances et de resserrer les relations avec le Ministère. L'un des échanges était avec la Division des politiques sur la volaille et l'autre avec l'équipe d'informatique du Ministère. Un autre poste a été converti de la base durée indéterminée à long terme à la base permanente. Pour combler les ouvertures temporaires tout au long de l'année, plusieurs membres du personnel ont été choisis et intégrés au personnel du CNPA jusqu'à ce que l'effectif soit complet.

réorientation des visiteurs, en plus d'éviter d'importants inconvénients aux chercheurs d'information.

Le site web affiche plusieurs documents aussi offerts et diffusés sur support papier : l'énoncé de Vision stratégique; les avis et renseignements concernant les processus d'audiences et d'évaluation de la création d'un office des bovins; et les fiches documentaires Agrofaits qui donnent un aperçu des industries de et les oeufs ainsi que de bonnes sources d'information.

Le site web affiche aussi pour toute l'année 2000 nos allocutions et nos exposés, souvent avec appui visuel.

Ces allocutions ont constitué une importante partie de nos efforts de rayonnement en l'an 2000. Les représentants du CNPA ont assisté à la plupart des assemblées annuelles tenues par les organismes provinciaux de commercialisation méthodique au pays. Plusieurs ont été invités à prendre la parole, notamment à celles des offices canadiens au printemps.

Comme on l'a déjà mentionné dans la présente Revue, le CNPA a organisé des exposés spéciaux destinés aux industries concernant les exportations, la Mission de sensibilisation à l'exportation de viande de volaille en Asie en 1999 et les développements touchant l'OMC. En outre, nous avons fait des exposés pour expliquer le régime de commercialisation méthodique aux délégations étrangères au Canada.

Un important exposé a été fait à la conférence sur l'agriculture, qu'ont tenue les associations de banquiers canadiens et américains à Winnipeg à la fin de septembre. Cet exposé avait été demandé par les banquiers américains, qui avaient beaucoup entendu parler de ce régime canadien de « commercialisation méthodique » et voulaient en savoir plus. Il faut dire que l'exposé a constitué une bonne orientation pour de nombreux Canadiens aussi. Après l'exposé, plusieurs banquiers américains voulaient savoir comment les l'exposé, plusieurs banquiers américains voulaient savoir comment les de commercialisation méthodique!

Voilà certaines réponses qu'a données le CNPA à ceux qui demandaient ce que fait le CNPA, quels avantages le régime de commercialisation méthodique apporte aux Canadiens, quelles sont les sources d'information au l'achat et la vente de divers produits agricoles, et une large gamme d'autres questions.

Et, que oui, il existe effectivement des oeufs verts...



EXPLICATION DE NOTRE RÔLE

- « Le Conseil national des produits agricoles supervise-t-il tous les produits
- agricoles? »
- « Qu'est-ce que la commercialisation méthodique? »
- « Comment fonctionne le régime de commercialisation méthodique? Quel rôle joue le CNPA dans ce régime? »
- « Comment les développements mondiaux toucheront-ils ces régimes au
- Canada? »
- « Je cherche à vendre quelques tonnes de soya. Voulez-vous les acheter? »
- « Je voudrais acheter des noix de pin. En avez-vous à vendre? »
- ... et « Existe-t-il vraiment des oeufs verts? »

Voilà quelques questions auxquelles a répondu le CNPA en 2000! Certaines ont été posées aux membres et au personnel du CNPA lors des réunions ordinaires et des contacts usuels. D'autres sont parvenues par télécopieur ou par la poste. Et d'autres encore par notre site web.

Le CNPA accorde une grande importance à la prestation de renseignements à valeur ajoutée : fournir des renseignements non disponibles ailleurs ou orienter la personne vers la bonne source d'information.

Le CNPA utilise de nombreux outils pour expliquer notre rôle, sa nature, nos fonctions et notre raison d'être : son site web; le bulletin FOCUS publié à intervalle de deux semaines; les mises à jour mensuelles données au ministre de l'Agriculture et Agroalimentaire ainsi qu'aux autres membres du portefeuille de l'agriculture; les entrevues avec les médias; les articles dans la presse agricole; les brochures de lignes directrices; et les exposés présentés à son bureau central et à divers autres endroits.

En 2000, le CNPA a amélioré continuellement son site web, notamment par de nouvelles sections touchant la proposition d'un office des bovins, les dispositions législatives encadrant les fonctions du CNPA, la Loi sur la commercialisation des produits agricoles et les processus de requête, et les offices de promotion et de recherche en général. À l'automne, le CNPA a aussi lancé à son site web un compte rendu éclair des réunions du Conseil. Il a aussi entamé la planification et la mise en oeuvre de la conception et des changements fonctionnels que requiert la nouvelle Boîte à outils (Normalisation des sites Internet) dans le cadre du Programme de coordination de l'image de marque pour les organismes fédéraux.

Nous avons de plus amélioré la façon de guider les visiteurs à notre site web par une meilleure adaptation aux modes de recherche et d'affichage des divers portails à l'Internet. Nous avons facilité à nos visiteurs la compréhension de l'information présentée à notre site et avons offert des liens rapides et commodes pour réorienter leurs questions aux sites où ils ont plus de chance de trouver les réponses cherchées. Grâce à ces améliorations, le nombre de visiteurs égarés ou de questions reçues par améliorations, le nombre de visiteurs égarés ou de questions reçues par erreur a considérablement diminué. Nous avons ainsi libéré les ressources du réseau et épargné au personnel du CNPA le temps que nécessitait la



Le CNPA a aussi examiné avec Justice Canada et le Bureau du Conseil privé les façons dont on pourrait simplifier le traitement des règlements et ordonnances proposés par les offices canadiens de commercialisation. Le résultat : un processus plus commode, moins coûteux pour les offices canadiens, devait être mis en place en 2001.

Le suivi des développements concernant l'OMC et les activités agricoles internationales constitue un autre secteur d'efforts conjoints. Comme on l'a mentionné auparavant dans la présente Revue, AAC et le CMPA ont entretenu d'étroites relations concernant les négociations de l'OMC et décision de l'OMC aur les programmes d'exportation de produits lainiers.

Le CNPA contribue aussi aux programmes de délégations agricoles étrangères, que coordonne AAC. Cette année, le CNPA a présenté des exposés aux délégations de la Pologne et du Costa Rica concernant le régime canadien de commercialisation méthodique et la politique du gouvernement.

Le CNPA s'est joint sux autres organismes du portefeuille pour réaliser des initiatives et projets particuliers, comme le Programme emploi jeunesse, notamment par la publicité faite au programme auprès des industries avec lesquelles nous entretenons des rapports plus étroits et par nos efforts conjugués en vue de produire une brochure et d'offrir un site web spécial où projet a réuni le CNPA, AAC et l'Office canadien de commercialisation des projet a réuni le CNPA, AAC et l'Office canadien de commercialisation des oeufs d'incubation de poulet à chair afin d'entreprendre pour la volaille l'élaboration d'une base de données qui sera plus accessible et constituera l'elaboration d'une base de données qui sera plus accessible et constituera une solide assise commune à la décision et à la réflexion.

Le CNPA a participé à des réunions pan-gouvernementales et a collaboré à de grands dossiers et projets fédéraux avec d'autres organismes fédéraux. Voici quelques exemples décrits auparavant dans la présente Revue : le CMPA a contribué par ses compétences au travail de l'équipe qu'a pilotée le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international en matière d'importation de poulet; le CMPA est un membre actif d'Équipe Canada inc., qui vise à sensibiliser à l'exportation et à la prestation de services aux exportateurs; et le CMPA s'est joint à Industrie Canada pour élaborer un répertoire des exportateurs SourceCAM.

Le CNPA participe aussi aux autres initiatives pan-gouvernementales, comme l'initiative Gouvernement en divert en vue d'utiliser davantage les nouvelles technologies de prestation de services ou la nouvelle Boûte à outils (Normalisation des sites Internet) en vue d'aider les visiteurs du web à consulter plus facilement les ressources offertes par les organismes fédéraux sur le web.

INTĒGRATION DE NOS EFFORTS À CEUX DE NOS Partenaires fēdēraux

Le CNPA travaille avec le ministère fédéral de l'agriculture, les autres organismes relevant du portefeuille de l'agriculture et les organismes relevant d'autres portefeuilles dont les intérêts coïncident avec les nôtres. L'idée est de coordonner pour éliminer les chevauchements et les carences dans la valeur que nous apportons au grand public et aux groupes responsables de denrées avec lesquels le Conseil fait affaire.

Le Conseil national des produits agricoles est très conscient de sa responsabilité de remplir le rôle et les fonctions que lui a attribués le Parlement. Il reconnaît aussi sa responsabilité de répondre aux besoins des citoyens. Le Conseil, à titre de membre à part entière du portefeuille de l'agriculture et du développement rural, appuie les initiatives et les programmes du ministère de l'Agriculture et Agroalimentaire.

Le CNPA entretient d'étroits liens administratifs avec Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC). Comme on l'a mentionné dans une section antérieure de la présente Revue, les rapports que le CNPA présente au Parlement sont inclus dans ceux d'AAC.

Le CNPA reçoit divers services administratifs d'AAC. Le CNPA s'appuie aussi sur le personnel technique d'AAC, qui assure le bon fonctionnement de son site web, la prestation efficace d'information à ses visiteurs et l'existence de liens bidirectionnels entre AAC et le CNPA pour orienter au besoin les visiteurs vers l'information ou les personnes-ressources de l'autre organisation.

Par l'entremise de ses membres et de son personnel bien informés à la fois des activités des quatre offices canadiens de commercialisation et des développements dans les diverses industries de produits agricoles, le Conseil a fourni sur demande des renseignements, des conseils et des analyses aux autres ministères et organismes gouvernementaux tout au long de l'année.

Le CNPA participe aux discussions en matière de planification et de politiques relativement à son mandat, fournissant notes d'information et conseils aux organismes d'autres portefeuilles pour la préparation de politiques et d'allocutions. Les représentants du CNPA prennent part à des réunions aur une base régulière avec les agents d'AAC et ceux des autres organismes du portefeuille de l'agriculture en matière de gestion, d'administration, d'informatique et de communication.

Dans le cadre d'un projet spécial en 2000, comme on l'a mentionné auparavant dans la présente Revue, le CMPA a collaboré avec AAC et Justice Canada à la rationalisation du processus d'approbation des demandes reçues en vertu de la Loi sur les offices de commercialisation (LCPA) afin de simplifier et d'accélérer le traitement des demandes présentées par les divers groupes responsables de denrées.

VISION ET PLANIFICATION

Où en sera le CNPA dans trois ans?

A quoi ressembleront les industries? A quoi ressembleront les régimes de commercialisation méthodique? Qu'en sera-t-il des organismes d'autres genres visés par le mandat du CNPA? Quelles seront les questions d'actualité dans les industries? En quoi consistera notre travail?

Où voulons-nous arriver dans trois ans — comment pouvons-nous y parvenir?

Voilà les questions soulevées durant notre séance de vision stratégique de l'an 2000. Entamé par les membres du Conseil, le travail a été élargi à des consultations avec nos groupes de partenaires au sein du gouvernement et dans le secteur agricole, puis s'est poursuivi par des discussions avec notre vision stratégique. Le document de Vision stratégique a été diffusé à l'échelle de l'industrie et a servi de point de référence pour notre l'échelle de l'industrie et à long terme.

Le 31 janvier, les membres du Conseil ont participé à une séance de deux jours de réflexion. Ils ont procédé à un remue-méninges portant sur des questions comme: Quelles activités supplémentaires pourrait entreprendre le CMPA pour offrir à l'industrie des mécanismes plus efficaces de règlement des différends? Quelles étaient les incidences — tant négatives que positives — méthodique? Nos perceptions en la matière différent-elles de celles de l'industrie? Assiste-t-on à une montée du régionalisme dans les régimes nationaux de commercialisation méthodique et, le cas échéant, comment canaliser cette tendance? Certaines des réponses obtenues ont été intégrées canaliser cette tendance? Certaines des réponses obtenues ont été intégrées en un plan d'action.

Une fois intégré au travail ordinaire de planification annuelle, ce plan d'action est devenu notre énoncé de Vision stratégique. La Vision stratégique établit les priorités du CMPA durant les trois prochaines années et les mesures à prendre pour réaliser ces priorités. Le document a été expédié par la poste à toutes les parties qui pouvaient s'y intéresser, annoncé et diffusé au moyen des bulletins et activités du CMPA et de l'industrie, en plus d'être affiché au site web du Conseil, à la section renouvelée des Priorités.

La Vision stratégique et le plan d'action à long terme pouvaient dès lors servir de cadre à nos processus annuels de planification et d'établissement des priorités.

Ils offraient aussi une structure de reddition de comptes. En l'an 2000 comme à chaque année, le CNPA a présenté deux rapports au Parlement. Le premier, au début du printemps, est le Rapport sur les plans et priorités. Il est fondé sur la planification stratégique annuelle du CNPA, et il décrit les plans, cible les résultats attendus et expose les besoins de ressources connexes durant les trois prochaines années. Le deuxième est déposé à l'automne : le Rapport sur le rendement, qui récapitule les réalisations de l'exercice écoulé. Pour l'an le rendement, qui récapitule les réalisations de l'exercice écoulé. Pour l'an du ministère de l'Agriculture et Agroalimentaire.





Amélioration du fonctionnement du Conseil

ntifisant la lopa Pilotage des groupes responsables de denrées

Nos fonctions dépassent le cadre de la volaille et des oeufs, et même des bovins...

... le travail du CNPA touche aussi les autres produits agricoles.

Bois, canola (colza), lin, luzerne, porc - le CNPA a piloté des décrets en vertu de la LCPA pour ces produits en 2000.

Agneau, pommes de terre — le personnel du CNPA a donné des conseils concernant la LCPA pour ces produits en 2000.

La LCPA est la Loi sur la commercialisation des produits agricoles. Elle permet à l'administration fédérale d'octroyer à des groupes responsables de denrées certains pouvoirs pour la commercialisation des produits visés entre provinces, territoires ou pays, en autant que le gouvernement provincial ou territorial compétent ait déjà accordé à ce même groupe les pouvoirs équivalents de commercialisation au sein de ses frontières.

Un groupe responsable d'une denrée entame le processus par le dépôt d'une requête au CVPA en vertu de la LCPA. Le CNPA pilote alors le décret dans le processus fédéral d'évaluation et d'approbation, coordonnant ainsi le travail du groupe sectoriel, d'autres organismes fédéraux et, souvent, d'un ou deux gouvernements provinciaux.

Dans sa requête, le groupe doit fournir les renseignements du genre et du niveau appropriés. Le CNPA évalue le contenu de la requête et la prépare aux fins d'examen et d'approbation, notamment en ce qui touche l'évaluation des pouvoirs juridiques que le gouvernement provincial compétent permet au client d'exercer. Simultanément, le ministère de l'Agriculture et Agroalimentaire évalue les questions de nature stratégique.

Une fois le décret approuvé, le CNPA prépare sa publication dans la Gazette du Canada, et le décret entre alors en vigueur.

En 2000, le CVPA a fait publier dans la Gazette six (6) décrets en vertu de la LCPA et travaillait à en faire paraître cinq (5) autres en 2001, en plus d'avoir des conseils à d'autres groupes sectoriels concernant la LCPA, ce qu'elle peut accomplir, ce que doit contenir une requête et ce qu'est le processus à suivre.

Pour simplifier le processus à suivre par les groupes sectoriels, le CNPA a lancé en 2000 l'initiative de produire un guide amélioré et plus commode pour la LCPA. Le CNPA a aussi poursuivi ses discussions avec le ministère de l'Agriculture et Agroalimentaire et celui de la Justice pour améliorer l'administration de la LCPA, notamment en jalonnant les exigences réglementaires de prise et de publication des décrets.

Le site web du CNPA a aussi été mis à contribution par l'ajout d'une nouvelle section concernant le processus de requête en vertu de la LCPA, de sorte que les groupes sectoriels de tout le pays puissent obtenir promptement l'orientation nécessaire.



Le 25 mai, le CVPA et le Conseil canadien des transformateurs d'oeufs et de volailles (CCTOV) ont co-parrainé à Toronto une réunion afin de rassembler à nouveau les transformateurs de volailles pour examiner l'approche à l'exportation. À cette réunion, le CNPA a souligné les mesures prises dans l'industrie du boeuf par l'entremise de la Fédération canadienne pour l'exportation du boeuf, dont l'approche à l'exportation a résulté en des hausses intéressantes du commerce canadien de boeuf.

Le 30 octobre, le CNPA a invité quelque 20 chefs de file de l'industrie à une réunion du Groupe de travail sur l'exportation élargi. Quelques exportateurs chevronnés ont exposé leurs expériences. Les participants ont discuté de différentes perspectives sur le développement des marchés d'exportation. La Fédération canadienne pour l'exportation du boeuf a expliqué les succès remportés par l'industrie du boeuf en matière d'accroissement de la quantité et de la valeur de ses exportations, puis a offert de travailler de concert avec l'industrie de la volaille sur les marchés d'exportation. L'information recueillie lors de cette réunion a été diffusée dans les bulletins du CNPA respectivement.

Suite à cette réunion, nous avons entrepris l'élaboration d'un plan d'action de concert avec l'industrie en vue des prochaines étapes à suivre pour la commercialisation des produits des oeufs et de la volaille sur les marchés d'exportation.

L'une de ces étapes était de repérer les foires alimentaires internationales appropriées. Une foire se démarquait nettement : la Foodex 2001 tenue à Tokyo du 13 au 16 mars. À la fin de 2000, le CNPA avait commencé à organiser le travail nécessaire pour que l'industrie de la volaille soit représentée au pavillon du gouvernement canadien.

Le CNPA est membre d'Equipe Canada inc., l'organisme commercial « virtuel » qui coordonne les programmes gouvernementaux de développement des exportations, l'information aux exportateurs et les autres services qu'offrent aux exportateurs les gouvernements et leurs partenaires du secteur privé. Nos représentants assistent aux réunions ordinaires du set de direction d'Équipe Canada inc., au cours desquelles les membres se tiennent mutuellement à jour et examinent les progrès réalisés concernant les activités conjointes de l'Équipe. À titre d'organisme membre, nous avons participé à un sondage effectué par un consultant concernant la gouvernance à Équipe Canada inc.

Un autre projet auquel nous avons travaillé en 2000 visait à renforcer l'industrie par une plus grande préparation. Le projet avait pour but de mettre d'ouvertures sur les marchés d'exportation. Le projet avait pour but de mettre à jour les listes de fournisseurs de produits des oeufs et de la volaille dans le répertoire fédéral SourceCAM. SourceCAM est un réseau gratuit de commerce et étrangers peuvent trouver directement les sociétés qui fournissent des produits et services canadiens. Nous avons entrepris une campagne coopérative avec Industrie Canada et avec l'industrie de la volaille et des oeufs pour faire avec Industrie de sociétés qui fournissent des avec Industrie Canada et avec l'industrie de la volaille et des oeufs pour faire avec Industrie le répertoire à toutes les sociétés de l'industrie et pour veiller à ce que toute société qui veut être inscrite sur la liste puisse y afficher un profil à jour et complet.





DEVELOPPEMENTS SUR LA SCENE INTERNATIONALE

Qui sait percer l'horizon sait profiter des occasions et surmonter les problèmes!

Le CNPA vise à renforcer les industries avec lesquelles il travaille. Il doit donc savoir ce qui se cache derrière l'horizon et qui peut toucher ces industries, puis échanger cette information avec les intéressés. Les membres et le personnel du CNPA ont assisté à des conférences internationales, comme l'Outlook Conference organisée par le ministère américain de l'Agriculture en février 2000 et la réunion du U.S. National Chicken Council à Washington en octobre.

En 2000, ce volet de notre travail a comporté deux grandes activités :

- l le suivi des développements à l'OMC;
- 2 la sensibilisation accrue et la préparation à l'exportation dans les industries de la volaille et des oeufs.

Nous avons suivi de près les négociations de l'OMC en 2000. Nous avons assisté aux séances d'information des négociateurs canadiens et sommes restés en contact avec l'équipe de l'agriculture, dont le noyau est constitué de la Division de la politique commerciale internationale, Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC). Les membres du CNPA ont reçu des mises à jour sur une base régulière concernant les développements.

En outre, nous avons étroitement observé les développements qui ont eu lieu après la décision de l'OMC concernant les politiques canadiennes d'exportation de produits laitiers, particulièrement les incidences possibles aur les régimes et programmes de commercialisation méthodique dans les secteurs de la volaille et des oeufs. Nous avons discuté de la mise en oeuvre de cette décision avec la Commission canadienne du lait, le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) et AAC. Le 12 juin, la présidente et le directeur exécutif ont participé avec le MAECI, l'Office canadien de commercialisation des oeufs et les Producteurs de poulet du Canada à une réunion organisée par AAC pour discuter de la décision de l'OMC touchant le secteur laitier ainsi que des programmes canadiens de la volaille et des oeufs.

En matière de sensibilisation et de préparation à l'exportation, nous avons fait le suivi de la Mission de sensibilisation à l'exportation de viande de volaille en Asie en 1999, que nous avions organisée et coordonnée, et de la décision prise à la fin de 1999 en vue de créer un Groupe de travail sur l'exportation de viande de volaille.

Le Groupe de travail a tenu sa première réunion le 31 janvier 2000, rassemblant alors producteurs, transformateurs, surtransformateurs et négociants de dindon et de poulet, CNPA et agents de la Direction générale des services à l'industrie et aux marchés, à AAC.

Comme on l'a mentionné auparavant dans la présente Revue, notre directeur exécutif a été invité à la réunion qu'a tenue le 18 février l'Association canadienne des surtransformateurs de volailles (ACSV) pour y donner un exposé sur la Mission et solliciter sa participation au Groupe.

« Une intéressante activité cette année a été la proposition de créer un office des bovins. C'est certainement une excellente initiative. Voilà un pas dans la bonne direction, et il ouvre la voie à d'autres. »

Le Conseil national des produits agricoles a conclu au bien-fondé de la création d'un office canadien. Il a présenté les recommandations suivantes au ministre de l'Agriculture et Agroalimentaire :

- il serait dans l'intérêt public de créer un organisme qui pourrait réunir les fonds nécessaires pour favoriser la recherche, le développement des marchés et la promotion des bovins de boucherie, du boeuf et des produits connexes;
- il existe très clairement un appui majoritaire de l'ensemble des producteurs et des importateurs au Canada;
- un office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion devrait être créé en application de la Loi sur les offices des produits agricoles;
- l'office établira son siège social à Calgary (comme l'a proposé l'industrie);
- les pouvoirs de l'office couvrent les ventes de produits sur les marchés interprovincial, d'exportation et d'importation (que l'industrie décide d'exercer ou non ces pouvoirs dans l'immédiat ou le futur);
- l'office comprendra des représentants du Conseil canadien de la viande et de l'Association canadienne des importateurs et des exportateurs, ainsi que des divers offices provinciaux de producteurs;
- Proclamation devrait être adopté et mis en oeuvre;
- il faudrait étoffer le régime de prélèvements et la façon de l'harmoniser avec les régimes provinciaux existants de prélèvements;
- le régime de prélèvements devrait être introduit graduellement car certaines provinces n'ont pas encore mis en place les dispositions législatives nécessaires pour imposer un prélèvement obligatoire non remboursable sur le commerce intraprovincial;
- les importations ne devraient pas être assujetties à un prélèvement à moins que tout le commerce intérrieur y soit assujetti.

À la fin de 2000, le CNPA était prêt à collaborer avec l'industrie à l'élaboration du cadre opérationnel et législatif nécessaire à la réalisation de cet office.





FOUR LES BOVINS POUR LES BOVINS

Les producteurs de bovins de boucherie s'appliquent depuis de nombreuses années à préparer une proposition visant à créer un office canadien d'un genre nouveau : un office de promotion et de recherche. En janvier 2000, ils ont déposé leur proposition devant le CNPA.

Les producteurs de bovins de boucherie ont terminé leur proposition en 1999, après avoir consulté les divers segments de l'industrie canadienne des bovins de boucherie. L'Association canadienne des éleveurs de bovins (ACEB) a piloté le dossier et s'est prévalue de conseils spécialisés auprès du ministère de l'Agriculture et Agroalimentaire.

Ce type particulier d'office canadien de promotion et de recherche est prévu à la partie III de la Loi sur les offices des produits agricoles. La Loi permet aux offices de ce genre de percevoir un prélèvement sur les ventes d'un produit sur les marchés interprovincial et transfrontalier, ce prélèvement pouvant être obligatoire.

En outre, la Loi nomme le CNPA à titre d'organisme fédéral qui supervise la création et le fonctionnement de tels offices.

Aucun office de ce genre n'avait encore été créé.

Maintenant, les producteurs de bovins de boucherie sont prêts à en créer un.

L'ACEB a présenté une proposition au CNPA au nom de dix autres associations canadiennes de producteurs de bovins de boucherie.

Dès lors, il incombait au CNPA d'examiner la proposition.

La Loi sur les offices des produits agricoles établit le processus que doit suivre le CNPA. Le CNPA doit tenir une enquête sur le bien-fondé de la création d'un office de promotion et de recherche, déterminer quels avantages il peut apporter, étudier les incidences négatives qui peuvent en découler, évaluer le soutien au sein de l'industrie elle-même et examiner comment cet office peut fonctionner en pratique. Le CNPA doit tenir au moins une audience peut publique et faire un appel de mémoires et commentaires.

La présidente du CNPA a nommé trois membres du Conseil, qui ont tenu des audiences publiques sur le bien-fondé de la création d'un office de recherche, de développement des marchés et de promotion. Ces audiences ont eu lieu en mai et juin à Calgary (Alberta), à Etobicoke (Ontario) et à Pointe-Claire (Québec). Le CNPA a reçu et examiné de nombreux commentaires et mémoires. Il a effectué sa propre recherche et sa propre réflexion. Ses constatations sont récapitulées dans un Rapport d'enquête.

Le Conseil a entériné le Rapport à sa réunion de décembre.





Promotion de la vigueur des industries

Néanmoins, le Comité a convenu de rejeter la plainte. Le Conseil a ensuite approuvé le Règlement sur le contingentement proposé par l'OCCO. Cependant, lorsqu'il a communiqué son approbation, le CNPA a clairement signifié à l'OCCO et aux membres du régime des oeufs ses graves préoccupations concernant la façon dont l'OCCO appliquait ses critères et la méthode utilisée pour répartir son contingent.

« Je m'attends bien à que le Comité de répartition du contingent de l'OCCO fasse des progrès vers l'élaboration du contingent et d'une structure connexe de prélèvements... De l'avis dispositifs en place à temps pour la répartition de son contingent en 2001.... Nous avons exprimé nos préoccupations concernant le travail accompli à ce jour dans le présent dossier et nous nous attendons à des dans le présent dossier et nous nous attendons à des dans le présent sos préveloppements positifs. »

Lettre de la présidente du CNPA à l'OCCO le 19 juillet 2000

Les résultats
L'OCCO et l'industrie des oeufs ont pris au sérieux cette question et ont donné au Comité de répartition du contingent, qui serait acceptable à tous nouvelle mêthode de répartition du contingent, qui serait acceptable à tous les signataires de l'Accord fédéral-provincial.

Une nouvelle méthode a été mise au point et a reçu l'aval du comité d'administration de l'OCCO à l'automne 2000. À la fin de l'an 2000, l'OCCO a présenté aux fins d'approbation préalable au CNPA pour l'année de production 2001 un nouveau Règlement sur le contingentement et une nouvelle Ordonnance sur les redevances à payer, qui étaient élaborés conformément à cette nouvelle méthode.

Le CNPA a approuvé au préalable le Règlement sur le contingentement de l'OCCO pour 2001, compte tenu de l'orientation positive du travail effectué à ce jour.

RECLEMENT D'UNE PLAINTE DÉPOSÉE POUR LES OEUFS

L'audience

En 2000, le CVPA a tenu une enquête pour régler une plainte déposée contre une décision prise par l'Office canadien de commercialisation des oeufs (OCCO) concernant la répartition de son contingent.

Le CNPA a reçu la plainte à son bureau le 24 mars. Elle était déposée par les signataires de l'Accord fédéral-provincial provenant du Manitoba et de la Saskatchewan. Les plaignants étaient le ministre de l'agriculture, la régie agricole et l'office provincial de commercialisation des oeufs de chacune de ces provinces. Ils contestaient la décision prise par l'OCCO qui proposait une certaine répartition du contingent entre les provinces et territoires membres.

Sur réception de la plainte, la présidente du CNPA a nommé un Comité de trois membres du Conseil qui, guidé par le vice-président Ron O'Connor, devait entendre la plainte.

Le Comité a tenu des audiences à Ottawa les 3 et 4 mai. Il a entendu les arguments d'ordre économique, stratégique et juridique exprimés par les deux plaignants, par l'OCCO et par d'autres intervenants de l'industrie, qui participent à l'établissement de contingents ou peuvent être touchés.

La membre du Conseil, Lorraine Arnett:

« Etant arrivée au Conseil en 2000 seulement, j'ai été imtérêts impressionnée par la complexité de l'équilibre entre les intérêts provinciaux et les avantages généraux pour le pays. »

Les constatations

Au terme des audiences, le Comité a rédigé son rapport. Il y présentait ses conclusions après avoir entendu les arguments exprimés, ses observations concernant la marge de manoeuvre dont disposent les offices dans l'application de leurs critères, les limites imposées à cette marge de manoeuvre et sa constatation que les plaignants avaient établi plusieurs points bien appuyés et valides qu'il fallait résoudre pour que le régime de commercialisation méthodique des oeufs conserve sa vigueur dans le futur.

COLLABORATION AVEC LES PROVINCES ET TERRITOIRES

Le CNPA, comme toujours, est resté en étroit contact avec les intervenants aux niveaux provincial et territorial, tant pour échanger des idées que pour les consulter relativement à des questions particulières de fonctionnement des régimes de commercialisation méthodique.

L'une des méthodes les plus structurées dont le CNPA effectue cette liaison découle de l'adhésion à l'Association nationale des régies agroalimentaires. L'ANRA relie le CNPA, qui est de niveau fédéral, à ses homologues provinciaux et territoriaux.

Consultation et échange d'information

Les réunions de l'ANRA ont constitué un bon mécanisme pour aider les représentants des gouvernements à s'informer mutuellement des prochains développements, à comprendre l'atmosphère dans les diverses régions quand se produisaient des différends au sein du régime de commercialisation méthodique ou à obtenir de la rétroaction concernant des éléments comme la vision stratégique du CNPA pour 2000-2003.

Le CNPA a participé aux nombreuses réunions de l'ANRA: par téléconférence en janvier, avril, mai (deux fois), juin, octobre et décembre; en personne à Ottawa en mars et septembre (avant la réunion de l'ANRA avec les Producteurs de poulet du Canada concernant l'ébauche de l'AFP du poulet).

d4V

Le renouvellement de l'accord fédéral provincial de chacun des offices canadiens a constitué la question clé sur laquelle se sont penchés les membres de l'ANRA en 2000.

Comme on l'a mentionné auparavant, les Producteurs de poulet du Canada se sont appliqués à réaliser le renouvellement de leur AFP, ce qui constituait l'un des éléments cruciaux envers lesquels se sont engagés le CAPA et ses homologues de l'AARA. Le CAPA a étroitement collaboré avec les PPC pour élaborer l'ébauche. Le CAPA a suivi de très près la façon dont les régies agricoles provinciales et les gouvernements étaient informés, et il a mené plusieurs discussions de l'AARA concernant l'AFP du poulet.

Le CNPA a en outre été en mesure de tenir à jour les autres membres de l'ANRA au sujet du travail effectué par les trois autres offices canadiens de commercialisation méthodique en vue du renouvellement de leur AFP.





d'incubation de poulet à chair) au Québec (qui en fait partie) en vertu d'un contrat spécial. Une autre modification consistait à supprimer les dates d'expiration de ses textes réglementaires afin qu'ils restent indéfiniment en vigueur jusqu'à modification, sans intervention annuelle de renouvellement auprès du CNPA.

Une autre fonction à laquelle pouvait alors s'appliquer l'OCCOIPC était le renouvellement de l'Accord fédéral-provincial aur la commercialisation des oeufs d'incubation de poulets à chair. En mars 2000, l'OCCOIPC a convoqué une réunion de son groupe de travail sur le renouvellement de son Accord fédéral-provincial, à laquelle a assisté un représentant du CNPA. L'OCCOIPC a a lors décidé de faire le suivi des progrès réalisés pour le renouvellement de l'Accord fédéral-provincial sur la commercialisation du poulet. À la fin de l'an 2000, voyant que cet AFP était pratiquement conclu, l'OCCOIPC a fait l'an 2000, voyant que cet AFP était pratiquement conclu, l'OCCOIPC a fait de l'an 2000, voyant que cet AFP était pratiquement conclu, l'OCCOIPC a fait d'an 2000, voyant que cet AFP était pratiquement conclu, l'OCCOIPC a fait d'an 2000, voyant que cet AFP etait pratiquement conclu, l'OCCOIPC a fait d'an 2000, voyant que cet AFP etait pratiquement conclu, l'OCCOIPC a fait d'an 2000, voyant que cet AFP etait pratiquement conclu, l'OCCOIPC a fait d'an 2000, voyant que cet AFP etait pratiquement conclu, l'OCCOIPC a fait d'an 2000, voyant que cet AFP etait pratiquement conclu, l'OCCOIPC a fait pratiquement conclu, l'AFP etait pratiquement conclu, l'AFP etait pratiquement conclu, l'AFP etait pratiquement conclu, l'AFP etait pratiquement cet AFP etait pratiquement conclu, l'AFP etait pratiquement etait pratiquement de sour l'an 2001, l'al al affair etait pratiquement etait l'affair etait pratiquement etait l'avait pratiquement de sour l'an 2001, l'al affair etait pratiquement etait l'avait l'attent etait l'avait l'avai



Le CNPA entretient des contacts sur une base régulière avec les autres organismes de l'industrie de la volaille et des oeufs.

Les membres du Conseil ont invité les représentants du Conseil canadien des transformateurs d'oeufs et de volailles (ACSV) à venir les rencontrer à leur réunion des 2 et 3 février 2000.

En retour, les représentants du CAPA ont assisté aux réunions du CCTOV et de l'ACSV. Les représentants du Conseil ont aussi assisté à l'assemblée générale annuelle spéciale marquant le 50e anniversaire du CCTOC à Ottawa en juin. L'ACSV a invité le directeur exécutif du CNPA à donner à sa réunion de février un exposé sur la Mission de sensibilisation à l'exportation de viande de volaille qu'a pilotée le Conseil en Asie en 1999.

Le CNPA a aussi travaillé de concert avec ces deux organismes à des projets comme le suivi de la Mission de la volaille en Asie, le Groupe de travail sur l'exportation qui en est résulté et l'établissement d'une nouvelle base de données sur la volaille.

Le CNPA entretenait aussi des liens avec d'autres organismes connexes et se tenait au courant de leurs activités. Par exemple, Anne Chong Hill, qui est membre à la fois du CNPA et du Conseil canadien de commercialisation agroalimentaire (CCCA), a donné des mises à jour sur les développements au CCCA. Les membres du Conseil ont continué à inviter des personnes de diverses parties du secteur agricole à présenter des exposés à leurs réunions, notamment le représentant du Conseil canadien des 4H en décembre.

Comme la présidente l'a fait remarquer dans son message, les membres du Conseil ont effectué des visites chez un producteur, un centre de recherche, un surtransformateur et la régie agricole provinciale en Colombie-Britannique lors de la réunion qu'y a tenue le Conseil en septembre.

À la fin de l'an 2000, l'Office canadien de commercialisation des oeufs d'incubation de poulet à chair avait préparé et fait accepter au préalable par le CNPA quatre règlements sur le contingentement, deux ordonnances sur les redevances à payer et un règlement sur la commercialisation (méthodique).

L'industrie ne pouvait pas s'entendre sur la façon d'intégrer les importations dans le processus de répartition du contingent national de production entre les provinces membres sans dépasser ce contingent. C'était un problème épineux. Sans entente, il était impossible d'établir ordonnances et règlements, impossible de les présenter au CMPA et impossible de les mettre en vigueur.

Le CNPA était bien au courant de l'importance d'établir les ordonnances et règlements dans un régime national de commercialisation méthodique pour les oeufs d'incubation de poulet à chair, mais savait que la solution au problème devait venir de l'industrie elle-même.

Pour leur part, les membres de l'industrie aussi connaissaient l'importance de trouver une solution, mais ils avaient été incapables d'y arriver tout au long de 1999.

Le CNPA s'était appliqué durant toute l'année 1999 à aider l'OCCOIPC dans as recherche d'une solution. Le CNPA avait tenu une audience pour régler une plainte concernant la méthode utilisée et avait préparé un rapport pour exposer ses constatations. Il avait incité l'OCCOIPC à adopter la recommandanel contenue dans son rapport et à avoir recours à une médiation professionnelle, ce qu'avait fait l'OCCOIPC; la médiation s'est poursuivie tout au long de l'automne 1999. Le CNPA avait encouragé et facilité les réunions et les discussions. Néanmoins, à la fin de 1999, l'industrie n'avait pas encore trouvé de solution.

Mais l'industrie a conservé sa cohésion en 2000. Sachant le rôle crucial d'un régime national de commercialisation méthodique, l'industrie ne voulait pas l'abandonner. De son côté, le CNPA a poursuivi ses efforts sans relâche et a constamment incité l'industrie à travailler à la sauvegarde du régime.

Ces efforts ont enfin porté fruit le 14 janvier 2000. Le conseil d'administration de l'OCCOIPC a informé le Conseil de l'imminence d'une entente sur l'intégration des importations dans la répartition de son contingent.

A leur réunion de février, les membres du Conseil ont approuvé au préalable le Règlement sur le contingent préliminaire de l'OCCOIPC pour l'an 2000 et l'Ordonnance sur les redevances à payer pour l'an 2000, tout en rappelant à l'OcCOIPC qu'il devait modifier son Plan de commercialisation pour taires ont suivi, établissant pour l'an 2000 le Règlement sur le contingentement définitif ainsi que pour l'an 2001 le Règlement sur le contingentement définitie ainsi que pour l'an 2001 le Règlement sur le contingentement préliminaire et l'Ordonnance sur les redevances à payer.

L'OCCOIPC a été capable d'accomplir d'autres fonctions, comme les modifications du Règlement canadien sur la commercialisation des oeufs d'incubation de poulet de chair et de poussins en vue de les faire approuver au préalable par le CNPA. Une modification visait à permettre que les oeufs d'incubation de poulet à chair soient vendus du Nouveau-Brunswick (qui ne fairt pas partie du régime national de commercialisation méthodique d'oeufs

en matière de rédaction et de conseils juridiques. Le CNPA a aussi veillé constamment à ce que les régies agricoles provinciales soient informées des progrès réalisés dans la préparation de l'ébauche. Tout au long de l'année, le CNPA a tenu des consultations avec les PPC et obtenu des mises à jour sur une base régulière concernant l'avancement des travaux.

L'Alberta avait signifié dès le début de l'an 2000. Cette décision résultait à de l'AFP du poulet à compter du 31 décembre 2000. Cette décision résultait à la fois de l'incertitude que la C.-B. continue son adhésion au régime national de commercialisation du poulet, ainsi que du règlement d'un différend entre les producteurs et les transformateurs de la C.-B. et d'une décision de la Cour suprême de cette province. L'Alberta avait le droit d'annuler son avis de retrait jusqu'à la fin de février. Mais elle ne l'a pas fait. À la fin de 2000, le de retrait jusqu'à la fin de février. Mais elle ne l'a pas fait. À la fin de 2000, le de l'Alberta et les efforts engagés par cet office pour négocier des contrais de service avec l'Alberta et la C.-B.

Toujours en l'an 2000, le personnel du CNPA a fait partie d'une équipe qui a conseillé le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international concernant l'élaboration d'un programme d'approvisionnement intérieur visant à satisfaire les besoins de l'industrie de la transformation de produits du poulet non inscrits sur la liste de marchandises d'importation contrôlée du poulet non inscrits sur la liste de marchandises d'importation, seulement (LMIC). Selon la politique fédérale de contrôles à l'importation, seulement une quantité limitée de poulet est admissible au pays en vertu d'un tarif inférieur.

Les PPC entendaient satisfaire cette demande d'approvisionnement au moyen de poulet produit au pays, déplaçant ainsi les importations. Les ministres de l'Agriculture et Agroalimentaire ainsi que des Affaires étrangères ont accueilli favorablement cette proposition. Ils ont incité les PPC à collaborer avec l'industrie à la mise au point d'un programme d'approvisionnement intérieur. Les PPC ont confié ce travail à leur Comité de développement des marchés. Le ministre de l'Agriculture et Agroalimentaire a demandé au CNPA de sièger à titre d'observateur à ce Comité, d'en suivre les progrès et de lui présenter un compte rendu sur une base régulière. À la fin de 2000, le Comité avait réalisé d'importants progrès et les PPC croyaient être capables de mettre en place un nouveau programme au milieu de 2001.

Le CNPA a aussi collaboré avec l'industrie du poulet à des projets comme le Groupe de travail sur l'exportation de viande de volaille, qui est décrit plus loin dans la présente Revue.

Oeufs d'incubation de poulet à chair

Crèe en 1986, l'Office canadien de commerialisation des oeufs d'incubation de poulet à chair (OCCOIPC) gère l'offre d'oeufs d'incubation de poulet à chair au Canada. Les sept membres du Conseil d'administration (Québec, Ontario, Manitoba, Alberta et C.-B.) ainsi que deux représentants nommés par décret (postes vacants depuis 1996 et 1998 arbertivement).

L'industrie des oeufs d'incubation de poulet à chair a débuté l'année 2000 sans avoir de règlement sur le contingentement, d'ordonnance sur les redevances à payer ou de règlement sur la commercialisation (méthodique).



Comme on le décrit plus loin dans la présente Revue, l'OCCO n'a épargné aucun effort pour trouver une solution qui serait acceptable à ses membres et pourrait servir de point de départ pour le travail de renouvellement de AFP en 2001. Le CMPA a approuvé le Règlement sur le contingentement de l'OCCO pour 2001 vers la fin de l'an 2000, faisant toutefois remarquer que la solution devrait réellement être enchâssée dans un nouvel AFP négocié en 2001 et entériné par tous les signataires.

L'OCCO a aussi entrepris en 2000 la mise à jour de sa formule de coût de production (CDP). Le CNPA a encouragé le travail sur le CDP et a produit ses Lignes directrices sur le coût de production, qui sont destinées aux offices canadiens. En 2000, nous avons incité l'industrie des oeuls à élaborer une formule de CDP défendable. À la fin de 2000, le Conseil attendait les résultats de ce travail.

Poulet

L'office maintenant appelé Producteurs de poulet du Canada (PPC) a été créé en 1978 pour gérer l'offic de poulet au Canada. Son conseil d'administration formé de 14 membres compte des agriculteurs nommés chaque année par les offices provinciaux de commercialisation signataires de l'Accord fédéral-provincial (AFP) qui a servi à créer un pour l'industrie de la servi à créer un pour l'industrie de la servi a créer tan pour l'industrie de la restauration, un pour l'industrie de la restauration, tan sour l'industrie de la mestauration, tan pour l'industrie de la servi a servi a sur pour l'industrie de la surtransformation, deux pour l'industrie de la mestauration, tan pour l'industrie de la surtransformation, deux pour l'industrie de la surtransformation de l'Accord fédéral de la service de la surtransformation de la service de la surtransformation de la service de la surtransformation de l'accord fédéral de la service de la surtransformation de la service de la surtransformation de l'accord fédéral de la service de la

En l'an 2000, le CAPA a approuvé six règlements sur la commercialisation et trois ordonnances sur les redevances à payer pour le poulet.

Trois autres grands dossiers ont retenu l'attention du CNPA en 2000 :

l le renouvellement de l'Accord fédéral-provincial (AFP) par l'industrie,

- 2 le retrait de l'Alberta, qui a cessé d'être signataire de l'AFP du poulet à compter du 31 décembre 2000, et les discussions connexes tenues entre d'une part les Producteurs de poulet du Canada et d'autre part l'Alberta et la C.B.,
- 3 les importations de poulet, l'approvisionnement intérieur et la politique gouvernementale concernant les contrôles à l'importation.

A la fin de 2000, le renouvellement de l'AFP du poulet était plus avancé que pour les oeufs, le dindon ou les oeufs d'incubation de poulets à chair. Les Producteurs de poulet du Canada (PPC) ont convenu de signer l'ébauche d'un nouvel AFP et ont ensuite demandé l'approbation du conseiller juridique fédéral ainsi que des signataires provinciaux. Les PPC s'attendaient à obtenir l'aval de toutes les parties concernées au premier semestre de 2001.

Tout au long de l'an 2000, le CAPA a travaillé intensivement avec les Producteurs de poulet du Canada à l'ébauche de son Accord fédéral-provincial (AFP) par la prestation de connaissances spécialisées, d'appui





renouvellement de l'AFP, devait entamer l'ébauche dans la nouvelle année et nous apprêtions à travailler avec lui,

slu9O

L'Office canadien de commercialisation des oeufs (OCCO) gère l'offire d'oeufs au Canada depuis sa création en 1972. Son Conseil d'administration comprend les réprésentants des offices de commercialisation des dix provinces signalaires et des Territoires du Nord-Ouest (T.N.-O.), trois représentants du Conseil canadien des transformateurs d'oeufs et de volailles (CCTOV) et un représentant de l'Association des consommateurs du Canada.

L'industrie des oeufs a continué à éprouver des problèmes de répartition de son contingent en 2000, mais à la fin de l'année le CNPA était satisfait des progrès réalisés par l'industrie vers la résolution de ces problèmes, compte tenu des progrès supplémentaires attendus en 2001.

L'industrie nationale des oeufs ne pouvait pas s'entendre sur la répartition de son contingent. Ce problème durait depuis longtemps. Au début de 2000, le CMPA a convenu d'une prorogation spéciale du Règlement sur le contingentement de l'OCCO jusqu'à la fin de février 2000, conservant ainsi les mêmes niveaux qu'en 1999, afin de donner à l'OCCO plus de temps pour négocier une entente concernant la production de 2000.

La conclusion d'une entente a été ardue.

L'OCCO a demandé au CNPA d'approuver au préalable son Règlement en février et mars. Le Conseil ne s'est pas prononcé sur ce Règlement mais a plutôt demandé à l'OCCO des renseignements supplémentaires à l'appui.

Le 24 mars, les signataires de l'Accord fédéral-provincial des oeufs représentant le Manitoba et la Saskatchewan ont déposé une plainte officielle auprès du CMPA. Comme on le décrit plus loin dans la présente Revue, le CMPA a tenu des audiences, entendu l'argumentation des parties et rendu es décision concernant la plainte. Le Conseil a approuvé le Règlement sur le contingentement de l'OCCO afin de préserver le fonctionnement du régime des oeufs et de donner à l'industrie l'occasion d'élaborer une méthode acceptable de répartition.

Le membre du Conseil et membre du Comité d'audience de la plainte sur les oeufs, Raymond Cloutier:

« Les producteurs d'oeufs ont prouvé une fois de plus que la recherche de solutions gagnant/gagnant est la voie assurée pour déboucher sur des ententes durables entre les provinces. »

des réunions de leur Groupe de travail en mars. Le Groupe de travail de l'Office canadien de commercialisation des oeufs d'incubation de poulet à chair s'est réuni le 23 mars, et un représentant du CNPA a assisté à la réunion. La présidente du CNPA, Cynthia Currie, et un autre représentant de l'ANRA ont assisté à la réunion de l'Office canadien de commercialisation du dindon le 31 mars.

Tout au long de 2000, ces deux offices ont suivi de près le processus de renouvellement de l'AFP du poulet, qui leur a servi de modèle. À la fin de 2000, comme le renouvellement de l'AFP du poulet arrivait à ses dernières étapes, l'OCCD et l'OCCOIPC ont déclaré qu'eux aussi procéderaient au renouvellement de leur propre AFP en 2001.

Dindon

L'Office canadien de commercialisation du dindon (OCCD) a été créé en 1973 hour gérer l'office de dindon au Canada. Son Conseil d'administration comprend les transformateurs deux membres représentant de transformateurs de provinciaux représentant les transformateurs de cauxième cycle (ou surtransformateurs).

Le travail qu'effectue le Conseil relativement aux quatre offices canadiens de commercialisation méthodique est fondamentalement d'examiner leurs règlements sur le contingentement et leurs ordonnances sur les redevances à payer.

En 2000, les membres du Conseil ont évalué et approuvé trois règlements sur le contingentement et deux ordonnances sur les redevances à payer reliés au régime de dindon.

Outre l'approbation des règlements et ordonnances, les membres et le personnel du Conseil entretiennent des contacts sur une base régulière avec l'OCCD tout au long de l'année.

Nos représentants ont assisté aux réunions de l'OCCD de mars, juin, septembre et novembre, au cours desquelles ils ont donné des mises à jour concernant les activités du CNPA. Durant ces réunions, nous avons entendu les plus récents développements concernant les projets de l'OCCD, par exemple la réalisation de l'étude comparative et les résultats de la campagne de commercialisation. Les mardis dindon qu'ont parrainée les producteurs et les transformateurs.

Le CNPA a été spécialement intéressé par la différence qu'a apportée la nouvelle méthode de répartition du contingent de l'OCCD et qui vise à satisfaire avec une plus grande souplesse les besoins des deux types de marché de la viande de dindon au Canada.

Pour sa part, l'OCCD a assisté aux réunions du Conseil en juin et en décembre. En décembre, l'OCCD a passé en revue ses activités et les questions marquantes en 2000, a présenté aux membres du Conseil sa stratégie d'action et son budget pour 2001, et exposé les projets contemplés pour la nouvelle année.

A la fin de 2000, nous comptions commencer en étroite collaboration avec l'OCCD le travail de renouvellement de son Accord fédéral-provincial. Le Comité technique de l'OCCD, qui fait partie du Groupe de travail sur le

2000 : Règlements et ordonnances

	Contingent	Ке devances	элиА
ЬЬС	9	E	X
OCCCO	7	8	X
OCCD	8	3	X
OCCOIPC	<i>†</i>	6	L .

Un autre volet du travail du CNPA relativement aux quatre offices est de déterminer quelles modifications il faut apporter à leurs Accords fédéraux-Provinciaux, proclamation et plan de commercialisation respectifs. En 2000, le CNPA a abondamment encouragé et conseillé les offices dans la pourauite du travail de renouvellement de leur AFP.

Au-delà de ses fonctions de nature juridique, le CNPA a aussi contribué à renforcer les quatre industries, tant dans l'immédiat que dans un futur plus lointain. Ce point est expliqué plus précisément à la section Promotion de la vigueur des industries.

Progrès vers le renouvellement des Accords fédéraux-provinciaux

Entre autres, les quatre offices de commercialisation méthodique ont travaillé au renouvellement de leur accord fédéral-provincial respectif. Avec le plan de commercialisation qui lui est annexé et l'entente opérationnelle, l'AFP renouvelé constitue le document qui rassemble les diverses parties du régime national de commercialisation méthodique et le fondement de ses activités.

Les régimes, les industries et les marchés des quatre produits agricoles ont considérablement changé au cours des dernières années. Il est donc normal que leur AFP respectif évolue en conséquence. En 1998, les ministres de l'agriculture ont confié aux quatre industries le mandat de renouveler leur AFP.

Chaque AFP doit être entériné par 19 signataires ou plus : les ministres, les régies agricoles provinciales et, selon le cas, les offices provinciaux ou territoriaux de commercialisation.

De graves différends dans l'industrie du poulet ont entravé les progrès vers la signature d'un accord renouvelé. Malgré cela, à la fin de 2000, l'AFP du poulet était le plus avancé des quatre. Les Producteurs de poulet du Canada ont élaboré leur ébauche, avec un solide appui du CNPA qui les a conseillés en matière de présentation, leur a fourni de la rétroaction de nature juridique et autre, et a veillé à informer des progrès les régies agricoles provinciales et les gouvernements provinciaux.

A la fin de 2000, l'industrie des oeufs avait réglé certains de ses graves différends et pouvait donc consacrer son attention au renouvellement de son AFP en 2001.

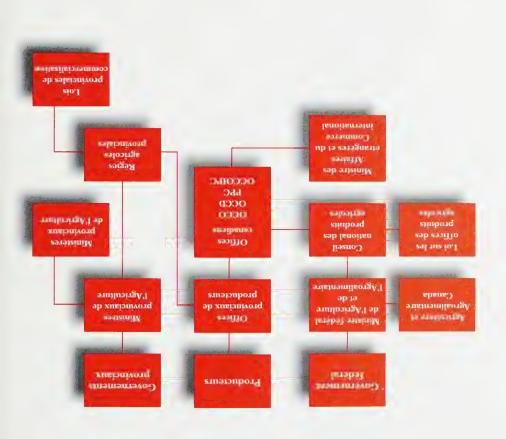
Les industries du dindon et des oeufs d'incubation de poulet à chair ont entamé le travail préliminaire de renouvellement de leur AFP en 2000, tenant



COLLABORATION AVEC L'INDUSTRIE

Le CNPA examine le fonctionnement des offices canadiens de commercialisation méthodique établis pour le dindon, les oeufs, le poulet et les oeufs d'incubation de poulet à chair.

Voici un diagramme du système :

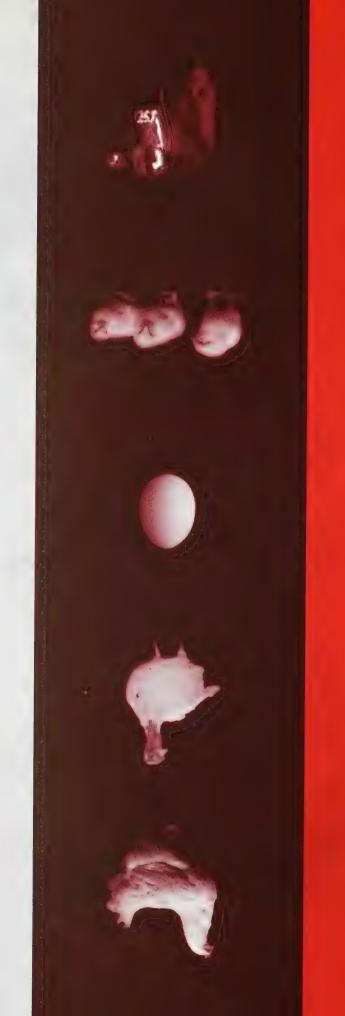


Alors, comment le CNPA accomplit-il ses fonctions?

Essentiellement, le CNPA examine les règlements sur le contingentement et les ordonnances sur les redevances à payer de chaque office canadien et décide d'autoriser ou non l'office à les mettre en oeuvre dans le régime. Ces textes réglementaires constituent le fondement juridique sur lequel repose le fonctionnement des régimes nationaux.

En 2000, le CVPA a évalué de nombreux règlements et ordonnances proposés par les quatre offices, et en a approuvé 26. À l'occasion, le CVPA a renvoyé le texte proposé à l'office concerné afin qu'il le modifie ou y apporte des précisions supplémentaires.





Revue des activités des régimes de commercialisation méthodique

Raymond Cloutier, membre

Mandat: juin 1998 – juin 2001
Originaire de Ste-Foy (Québec), Raymond Cloutier a été pendant de nombreuses années directeur de la politique commerciale au ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec. En 1997, il a été décoré à titre de Commandeur de l'Ordre du mérite agricole, avec mention Très grand mérite spécial.



David Coburn, membre

Mandat: janvier 1998 – janvier 2001 David Coburn est originaire et résident de Keswick (Nouveau-Brunswick). Il est directeur de W.B. Coburn & Sons, une exploitation agricole familiale qui en est à sa sixième génération. Ancien président de la Fédération de l'agriculture du Nouveau-Brunswick, il a été lauréat du prix «Outstanding Young Farmers of Atlantic Canada.» en 1995 et a été nommé agrégé honoraire du Nova Scotia Agricultural College en 1999.



John A. (Sandy) McCurrach, membre

Mandat : juin 1998 – juin 2001 Sandy McCurrach, de Kamloops (Colombie-Britannique), est propriétaire et président de Purity Feed Co. Ltd., et propriétaire et directeur de Jamieson Creek Ranch. C'est un ancien producteur de dindon et un ancien membre exécutif de diverses organisations du secteur agroalimentaire.



Paul Ouellette, membre

Mandat: janvier 1997 – janvier 2001
Originaire de Marieville (Québec), Paul Ouellette a été fondateur et associé de plusieurs entreprises de distribution de la volaille. Il est ancien président du Conseil canadien des transformateurs d'oeufs et de volailles, ainsi que de l'Association des abattoirs avicoles du Québec dont il a longtemps siégé au conseil d'administration.



Michel Veillette, membre

Mandat : janvier 1997 – janvier 2003 Né à St-Maurice (Québec), Michel Veillette est président du Conseil de l'industrie laitière du Québec et aussi directeur national de la Crèmerie des Trois-Rivières limitée. Il a été député fédéral de mai 1979 à septembre 1984 et a occupé le poste de secrétaire parlementaire du ministre de la Consommation et des Affaires commerciales,

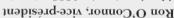


TES WEWBEES DO CONSEIL

régions du pays. et des oeuts, tant pour les divers segments de l'industrie agroalimentaire que pour les diverses collectivement, ils apportent les connaissances et les perspectives globales du secteur de la volaille et de l'Agroalimentaire et nommés par le premier ministre). Les membres sont choisis de sorte que, Les membres sont nommés par décret, (c'est-à-dire recommandés par le ministre de l'Agriculture

Cynthia Currie, présidente

sur le commerce extérieur - produits agroalimentaires et boissons. commercialisation agroalimentaire et du Groupe de consultation sectorielle poulet du Canada). Elle a également été membre du Conseil canadien de canadien de commercialisation du poulet (maintenant appelé Producteurs de poste de présidente du Conseil, elle était directrice générale de l'Office Cynthia Currie est née à Georgetown, en Guyane. Avant sa nomination au Mandat: mars 1991 - mai 2002



président en 1996-1997. d'administration des Producteurs de poulets de l'Ontario, dont il a été le exploitant de Irm-Ron Farms Ltd. Il est un ancien membre du Conseil Ron O'Connor est originaire de Shelburne (Ontario). Il est le propriétaire Mandat : Janvier 1998 - Janvier 2004

Lorraine Arnett, membre

affiliées à Listowel (Ontario). contrôleure de la Bert Fisher Farms Ltd., de Fisher Feeds Ltd. et de sociétés poulailler de poulet à griller d'une superficie de 10 000 pieds carrés. Elle est elle possède et exploite une petite ferme de polyculture comprenant un Lorraine Arnett vient de Durham (Ontario). Avec ses partenaires familiaux, Mandat: octobre 1999 - octobre 2001

Anne Chong Hill, membre

membre du Conseil canadien de commercialisation agroalimentaire. l'industrie agroalimentaire canadienne et ses exportations, Mme Hill est Meats International Inc. en Alberta. En plus de promouvoir avec dynamisme alimentaires Global Gourmet Foods Inc. en Colombie-Britannique et Premier une société dont les actions sont cotées en bourse et qui chapeaute les filiales Anne Chong Hill est présidente de la Global Commerce Development Inc., 1002 niul - 8661 niul : 1200M







fois en 2000 — et nous ne sommes pas confinés à la salle de conférence. À l'occasion Parmi ces treize réunions, sept ont été tenues par téléconférence. À l'occasion de leur réunion de septembre, les membres du Conseil ont visité des bureaux et/ou installations : Vanderpol Eggs, à Abbotsford; le Centre de recherche agricole du Pacifique, à Agassiz; le surtransformateur de poulet Hampton et les membres et le personnel de la Commission de commercialisation de la et les membres et le personnel de la Commission de commercialisation de la C.-B. (BC Marketing Board; l'homologue provincial du CNPA).

Tout au long de l'année, nous nous sommes appliqués à jouer un rôle vraiment utile : utile aux régimes de commercialisation méthodique; utile aux industries avec lesquelles nous travaillons; utile aux autres intervenants du gouvernement à titre de solide partenaire pour des politiques et des projets conjoints; utile au ministre qui peut bénéficier de nos compétences et de nos conseils...

... et, tout aussi important, utile à l'économie canadienne et aux Canadiens.

Je crois que le Conseil national des produits agricoles a réussi à apporter une grande valeur, une grande utilité pour l'immédiat et pour les années à venir à toutes les industries de produits agricoles avec lesquelles il a travaillé en l'an 2000.



de l'ancien régime international du GATT pour adopter la « commercialisation méthodique » plus conforme au contexte international de libre-échange et au régime de l'OMC.

De nombreux changements se sont produits dans les quatre régimes nationaux et les offices qui les régissent. Au cours des dernières années, ils ont délaissé leur étroite concentration sur le mode de production au sein du Canada et ont axé davantage leur approche sur les besoins du marché des consommateurs et des autres utilisateurs, tant au pays qu'à l'étranger.

Parallèlement, le CNPA a beaucoup évolué. Nous pouvons compter sur de nouveaux membres du Conseil, entreprenons de nouveaux partenaires de réalisons de nouveaux projets, travaillons avec de nouveaux partenaires de l'industrie et utilisons de nouveaux outils législatifs. Ces dernières années, nous nous sommes détachés d'une fonction axée sur la seule supervision aous nous sommes détachés d'une fonction axée sur la seule supervision and de jouer un rôle plus proactif et prospectif.

La présente Revue décrit les façons dont nous avons amélioré en l'an 2000 noure capacité d'assumer ce rôle proactif et prospectif.

Elle décrit notre longue et profonde réflexion, qui a débouché sur l'énoncé de notre Vision stratégique pour 2000-2003. Ce document a été créé de concert avec nos principaux partenaires du secteur et des industries et a reçu une large disfusion.

Lors du processus menant à la Vision stratégique, nous avons examiné soigneusement comment nous pourrions améliorer notre travail actuel. Comment rationaliser les procédures qu'utilisent les industries de la volaille et des oeufs pour nous présenter les documents à examiner? Comment rationaliser les processus qu'utilisent les secteurs agricoles pour nous présenter les documents à traiter dans le cadre de la LCPA? Comment mieux coordonner avec nos partenaires des gouvernements fédéral et provinciaux la prestation des services que nous rendons aux industries agricoles? Comment faire accepter plus efficacement aux industries les outils et les approches qui peuvent leur être utiles? Comment aux industries des outils et les approches qui fonctionnent ces outils et le rôle du CNPA au moyen de nos activités de fonctionnent ces outils et le rôle du CNPA au moyen de nos activités de diffusion, de notre site web et des exposés que nous présentons?

Ejerté de procurer une valeur RÔLE DU CAPA :

Les neuf membres du Conseil national des produits agricoles apportent une large gamme d'antécédents et représentent les diverses régions du pays. Nous disposons d'un vaste éventail de compétences et d'une importante capacité de réflexion pour les décisions que nous prenons, tout en continuant à apprendre dans toute la mesure du possible, de sorte que nos décisions soient fondées sur la réalité. Nous nous rencontrons sur une base régulière — treixe fondées sur la réalité. Nous nous rencontrons sur une base régulière — treixe

de la création de cet office, y compris la tenue d'audiences publiques et la préparation d'un rapport et de recommandations au ministre de l'Agriculture et Agroalimentaire.

La Loi sur les offices des produits agricoles permet au gouvernement fédéral d'octroyer à un groupe responsable d'une denrée l'autorité d'exercer hors des frontières provinciales ou nationales les mêmes pouvernement commercialisation que ce groupe est autorisé par un gouvernement provincial à exercer pour ce produit au sein de la province.

La présente Revue annuelle décrit le travail accompli par le CNPA de concert avec de nombreux groupes responsables de denrées dans les diverses régions du Canada. Elle décrit comment nous nous sommes appliqués à simplifier le processus et à améliorer la façon dont nous guidons les groupes responsables de produits agricoles tout au long de ce processus.

ROLE DU CMPA:

Pour accomplir son mandat de veiller au bon fonctionnement des industries conformément aux outils législatifs et aux pouvoirs délégués, le CNPA a assumé le rôle de promouvoir la vigueur des industries avec lesquelles il travaille.

La présente Revue décrit ce que nous avons fait pour centrer l'attention sur les meilleures pratiques, comme les utiles calculs du coût de production, afin de sensibiliser davantage aux tendances mondiales et de susciter un plus grand intérêt envers les possibilités d'exportation.

En 2000, le CNPA a fait le suivi de la Mission de sensibilisation à l'exportation de viande de volaille en Asie, qui a eu lieu à l'automne 1999. La présente Revue décrit le Groupe de travail sur l'exportation de viande de volaille, organismes membres d'Équipe Canada inc., les plans visant à actroître les activités et les missions d'exportation en 2001, les séances d'information destinées aux industries de la volaille et des oeufs concernant les incidences négociations et décisions de l'OMC, et la façon dont le CNPA a veillé à rester au courant des plus récents développements internationaux par la participation à des conférences internationales.

ROLE DU CAPA : Une meilleure façon de remplir noure rôle

Le contexte dans lequel fonctionnent les quatre régimes nationaux a considérablement changé. Au cours des dernières années, les offices ont délaissé la conventionnelle « gestion de l'offre » pratiquée dans le contexte





MESSAGE DE LA PRÉSIDENTE

L'an 2000 a été marqué par un niveau élevé d'activités dans toutes. les fonctions que remplit le Conseil national des produits agricoles.

Ces activités ont résulté en une considérable tâche de travail pour les membres et le personnel du Conseil, pour les offices canadiens de la volaille et des oeufs, avec lesquels nous travaillons depuis longtemps, et pour l'industrie des bovins, un nouveau partenaire du CNPA.

ROLE DU CNPA: Revue des activités prescrites par la Loi

En plus du mandat que lui prescrit la Loi sur les offices des produits agricoles, le CNPA administre la Loi sur la commercialisation des produits agricoles.

La Loi sur les offices des produits agricole en vue de créer un office canadien de commercialisation méthodique ou un office canadien de promotion et de recherche.

En outre, cette loi confie au CNPA la supervision de ces offices et de leur fonctionnement.

En 2000, le CNPA a assumé un rôle très acuf pour améliorer l'efficacité et l'efficience des quatre régimes de commercialisation méthodique dans les industries de la volaille et des oeufs. Vous pourrez constater plus loin dans la présente revue comment nous avons collaboré avec ces industries, les offices canadiens qui les régissent et les autres intervenants de ces régimes, comme les gouvernements provinciaux et territoriaux, les transformateurs et les utilisateurs en aval. Vous verrez aussi quelles questions particulières nous avons dû résoudre en 2000, par exemple la tenue d'une audience pour entendre la plainte sur les oeufs et les efforts consentis aux fins de renouvellement des accords fédéraux-provinciaux régissant les quatre offices canadiens de commercialisation.

En 2000, nous avons reçu avec enthousiasme une proposition visant à créer le tout premier office canadien de recherche et de promotion, ce nouveau type d'office étant maintenant permis par la Loi. La proposition était déposée par l'industrie des bovins et pilotée par l'Association canadienne des éleveurs de bovins (ACEB) qui a vu à préparer, présenter et guider le dossier tout au long des processus d'évaluation et d'approbation. Plus loin, le présent document explique quel travail d'enquête a effectué le CNPA concernant le bien-fondé explique quel travail d'enquête a effectué le CNPA concernant le bien-fondé



TABLE DES MATIÈRES

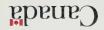
+	C f o2281Be D,ycbonawe2
	C ZAMYMORDA'T FIRE D'ACRONYMES
es Es	ronchonnement plus ethicace
18	Explication de notre rôle
67	Integration de nos efforts à ceux de nos partenaires fédéraux
87	Vision et planification Intégration de nos efforts à ceux de nos partenaires fédéraux
	amélioration du fonctionnement du conseil
97	Pilotage des groupes responsables de denrées utilisant la LCPA
tē	Développements sur la scène internationale
22	Recommandation d'un nouvel office proposé pour les bovins
	Promotion de la vigueur des industries
61	
81	Conductation avec les provinces et terntoires
41	the table to table to the table to table
GI FI	Oeufs d'incubation de poulets à chair
£1	reluc4
6 I	3-0
П	Progrès vers le renouvellement des Accords fédéraux-provinciaux
01	Collaboration avec l'industrie
	REVUE DES ACTIVITÉS DES RÉGIMES DE COMMERCIALISATION MÉTHODIQUE
	THE TOTAL MOITH AND THE STANDARD STANDA
7	TES WEWBEES DA CONSEIT
ξ.	wessage de la présidente



Numéro de catalogue A99-2/2000

© Ministre des Travaux publics et des Services gourvernementaux Canada, 2001

Edifice Canada, 10e étage, 344, rue Slater Ottawa (Ontario) FIR 7Y3 Télécopieur : (613) 995-6752 Site web : http://www.nfpc-cnpa.gc.ca Site web : http://www.nfpc-cnpa.gc.ca



LETTRE AU MINISTRE

L'honorable Lyle Vanclief, C.P., député Ministre de l'Agriculture et Agroalimentaire Ottawa (Ontario)

WONZIEUR LE MINISTRE,

L'exercice qui vient de prendre fin a été rempli d'événements excitants et a donné de nombreuses occasions de continuer à faire ce qu'un organisme du gouvernement fédéral doit toujours accomplir et ce que nous croyons accomplir de notre mieux — la prestation de services aux Canadiens et d'une valeur ajoutée aux industries avec lesquelles nous travaillons.

Nous nous sommes engagés à élaborer une vision stratégique favorisant le progrès. Nous avons atteint ce but. La Vision stratégique 2000-2003 jalonne la voie que nous suivrons au cours des prochaînes années.

Nous avons incité les industries de la volaille et des oeufs à trouver par elles-mêmes des solutions aux problèmes qui les perturbent depuis longtemps. Elles ont atteint ce but. Nous avons assumé un rôle d'appui pour les aider, prenant néanmoins les dures décisions qui les ont gardées sur la bonne voie.

En 2000, nous avons repoussé nos horizons par des audiences publiques sur le bien-fondé de la création du tout premier office canadien de promotion et de recherche, celui des bovins de boucherie. À la fin de l'année, nous vous recommandions de créer cet office.

Voici donc noure Revue annuelle pour l'an 2000, dans laquelle nous récapitulons les événements cruciaux pour nous et pour ceux avec lesquels nous avons travaillé.

Je vous prie, Monsieur le ministre, d'agréer mes salutations distinguées.

La présidente,

Cynthia Currie





: NOISSIW

Veiller à ce que le régime national de commercialisation méthodique préserve l'équilibre entre les intérêts de tous les intervenants, depuis les producteurs jusqu'aux consommateurs.

: TAGNAM

Conseiller le ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire sur toute question concernant les offices établis en application de la Loi, tout en préservant et stimulant l'efficacité et la compétitivité du secteur agricole.

Contrôler les activités des offices de commercialisation pour veiller à ce qu'ils accomplissent les objectifs énoncés dans la Loi.

Travailler avec les offices à promouvoir une commercialisation plus efficace des produits agricoles sur le marché interprovincial et le marché d'exportation.

Travailler avec les offices de promotion et de recherche pour faire de la recherche sur la production primaire et pour promouvoir les produits agricoles réglementés.

Pour plus de précisions concernant la place du Conseil dans le portefeuille et les lois qui le régissent, veuillez consulter le site web du Conseil www.nfpc-cnpa-gc.ca ou composer le (613) 995-6752.



Canada

ACCUSEIL

ACCUSEIL

ACCUSEIL

ACCUSEIC

ACCUSE

 κ each evaluate 5000

CA1 DB35 - A56



National Farm Products Council **2001 ANNUAL REVIEW**





LANCES







Canada Building, 10th Floor, 344 Slater Street, Ottawa, Ontario K1R 7Y3 Phone: (613) 995-6752

Phone: (613) 995-6752 Fax: (613) 995-2097

Web site: http://www.nfpc-cnpa.gc.ca

e-mail: nfpcweb@em.agr.ca

© Minister of Public Works and Government Services Canada, 2002

Cat. No. A99-2/2001 ISBN: 0-662-66517-1

Message from the Chairperson

n my five years at the National Farm Products Council, I have come to realize even more the importance of stability and change. These two concepts, united in their opposition, capture the world in which the Council operates.

Stability is at the heart of our orderly marketing system. It takes hold in the decisions by marketing agencies and this Council. It benefits all stakeholders, by ensuring that consumers will find safe, high-quality, nutritious foods that are reasonably priced, and by bringing marketplace predictability to producers, processors and further processors.

Numerous forces of change affect our system as well, such as evolving consumer preferences, advancing technology, and the steadily growing interchange between nations. In response to these pressures, the orderly marketing system adapts and improves. This approach has served us well in the past, and will prove useful as we work with all stakeholders in developing and implementing the new Agricultural Policy Framework.

Canada works best when the public and private sectors work together. We are doing this, guided by the leadership of the marketing agencies, the industry associations, the provincial supervisory boards, and the other stakeholders in our orderly marketing system. The Council is fulfilling its role through its review functions, through facilitating industry discussions about the future, and through identifying initiatives that help the industry to grow. The Council is also working with new partners beyond the orderly marketing system, as we see in the creation of a national beef cattle promotion and research agency.

Council members appreciated the continued support of the Minister of Agriculture and Agri-Food, and the contributions of our highly dedicated and competent staff. These enabled the Council to meet its objectives and to deliver value on behalf of Canadians.

The success of the orderly marketing system rests on a simple concept – market responsiveness. By supplying what consumers want, and by remaining strong, competitive, efficient, and forward-looking, Canadian agriculture has an excellent future.

(yurie



The Council Members



Cynthia Currie, Chairperson (1997-2002)

Cynthia Currie has chaired the National Farm Products Council since 1997 and is its only full-time member. Previously she was General Manager of the Canadian Chicken Marketing Agency, now known as the Chicken Farmers of Canada. She is a past member of the Canadian Agri-Food Marketing Council and the Agrifood and Beverage Sectoral Advisory Group on International Trade. She resides in Ottawa.



Ron O'Connor, Vice-Chairperson (1998-2004)

Ron O'Connor was appointed to the National Farm Products Council in 1998, and became Vice-Chairperson in 1999. A resident of Shelburne, Ontario, Mr. O'Connor owns and operates Irm-Ron Farms Limited. He is a former Chairman of the Chicken Farmers of Ontario, and has served on numerous egg and chicken industry committees in Ontario.



Lorraine Arnett, Member (1999-2003)

With her family partners, Lorraine Arnett owns and operates a 345 acre mixed farm near Durham, Ontario with a 10,000 ft² broiler barn, a beef cow-calf operation, and cash crops. She is the comptroller of Bert Fisher Farms Ltd., Fisher Feeds Ltd., and associated companies in Listowel, Ontario.



Anne Chong Hill, Member (1998-2004)

Anne Chong Hill is the co-founder and President of Global Gourmet Foods Inc. of British Columbia, a supplier of food products to multi-unit chain accounts and institutions. She is a member of the Canadian Agri-Food Marketing Council, and a member of the Advisory Council to the Minister of Agriculture, Food and Fisheries of British Columbia. She resides in Vancouver.



David Coburn, Member (1998-2004)

David Coburn manages W.B. Coburn & Sons, a sixth-generation family farm in Keswick, New Brunswick. He is Past President of the New Brunswick Federation of Agriculture and an Honourary Associate of the Nova Scotia Agricultural College. In 1995 he and Karen Coburn, his wife, received the Outstanding Young Farmers of Atlantic Canada award.

Félix Destrijker, Member (2001-2004)

Félix Destrijker is the former Chairperson of the Canadian Egg Marketing Agency, a former director of the *Union des producteurs agricoles du Québec*, and a former vice-president of the *Fédération des producteurs d'œufs de consommation du Québec*. A resident of St-Ludger, Quebec, Mr. Destrijker co-owns four enterprises: Avibeau Inc. and La Ferme Hellebecq, poultry farms in St-Ludger; Les Oeufs Blais & Breton Enr., an egg and egg product distribution company in St-Bernard; and Vitoeuf Inc., an egg processing and further processing company in St-Hyacinthe.



Michel Veillette, Member (1998-2003)

Michel Veillette, a resident of Cap-de-la-Madeleine, Quebec, is the former President of Froma-Dar Inc. and André Frappier Inc., manufacturers and distributors of specialty cheeses. He was also Vice-president of Les Produits Laitiers J.A. Baribeau Ltée. A former President of the *Conseil de l'industrie laitière du Québec*, Mr. Veillette is a former Member of Parliament and was Parliamentary Secretary to the Minister of Consumer and Corporate Affairs from 1981 to 1984.



John A. (Sandy) McCurrach, Member (1998-2004)

Sandy McCurrach owns and operates Purity Feed Co. Ltd. and Jamieson Creek Ranch, in Kamloops, British Columbia. He is a past executive member of the Canadian Turkey Marketing Agency, the B.C. Turkey Marketing Board, and the B.C. Feed Industry Association.



Maurice Giguère, Member (2001-2004)

Maurice Giguère, a resident of Mont-St-Hilaire, Quebec, is Director General of the Centre de recherche et de transfert technologique en acériculture. A member of the Association des MBAs du Québec, he is the former president of the Association des abattoirs avicoles du Québec, and a former board member of the Canadian Turkey Marketing Agency, the Canadian Poultry & Egg Processors Council, and the Association des manufacturiers de produits alimentaires du Québec.

The real pales of the mock courts from being an independent with sort heaty. He provide diposition of the second of the in the appraise that we come out to the processors. The other bridge as long-sear properties will entruding innertially approaches to current import. This halos are enderly maximing System to work before and I mates are endorsing at recognition as punchle Danigh in the windy material index remove armetilis to'al matchilder, imiades Mesesse I. #T refer are beset ? STA & CONNESS INTE-STRIKEN

The Role of the NFPC

Mission

The NFPC's mission is to promote the strength and competitiveness of the Canadian agriculture and agri-food sectors for which it is responsible. The Council ensures that the orderly marketing system for poultry and eggs balances the interests of all stakeholders, including producers and consumers.

The Council also oversees the beef cattle promotion and research agency, created in December 2001, and will oversee national marketing and promotion-research agencies that may be established for other farm products.

Created in 1972, the Council is an agency within the Agriculture and Agri-Food Canada portfolio, and reports directly to Parliament through the Minister of Agriculture and Agri-Food.





Strategic Objectives

The NFPC works to overcome the challenges and seize the opportunities presented by the operating environment. This environment includes a number of sources of potentially significant change, such as market growth, technology, consumption patterns, public policy and international trade.

The NFPC pursues three strategic objectives.

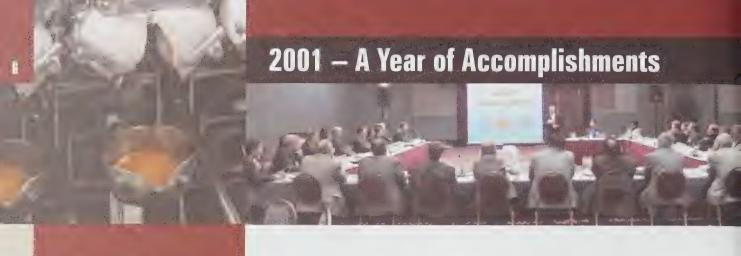
First, the Council ensures that the national orderly marketing system works in the balanced interest of all stakeholders including producers, consumers, industry and government. It provides transparent and accountable supervision of the national marketing agencies for chicken, turkey, eggs, and broiler hatching eggs. It works co-operatively with its provincial and territorial government partners, and aims to bring about renewed agreements to strengthen the orderly marketing system.

Second, the Council promotes the strength, competitiveness and profitability of the sectors and works with them to improve their market-responsive capacity. It promotes export market opportunities, higher food-safety standards, improved supply-chain management, and other measures that benefit Canadian agriculture and agri-food. It also provides guidance on the merits and process for creating promotion and research agencies.

Third, the Council strives to improve continuously the efficient, transparent and responsible management of its operations. It achieves this through improving its strategic planning, its management reporting, and its operating procedures.

Who i strikes on the most plots the Commission which is the promises of demands around plots members. Firth of as brings are more experiment in the department I assurithme using a beautiful than the other members when the restrict members when the commission when the commission was bring and extends of the transfer and are avenued as a bring a control of the commission was bring a control of the commission was bring a control of the cont

HALL STRUCKER, STATES



The content of restorable present of the services of producers, processors and comments. But noted outcomes provide producers and produces out to fair return, and delivery products to comments out outcomes to return and delivery products.

"Rate to Novice State At State Assessed to the a feeling on of spanners. The forms on Polici Assessed to help of producers and processed to state as what the forms over those for Considerationally and eyal authorizers."

LONALINI LANETT, MENUES

International Trade Negotiations

The agricultural negotiations at the World Trade Organization (WTO) remained the Council's top trade focus in 2001. The NFPC facilitated discussions between agency executives and government trade policy advisors on the WTO dairy decision in December, 2001. The Council monitored other international trade discussions as well.

Forum on Global Awareness

As part of its strategy of working collaboratively with the industries it oversees, the NFPC facilitated a series of meetings on trade, technology and other international trends that affect Canada's poultry and egg industries.

The Forum on Global Awareness, held in seven cities, helped 200 leaders to take stock of industry developments and to discuss their implications for Canada. The Forum included discussions with a dozen top-calibre presenters, including leading national and international thinkers in agriculture, biotechnology, and public affairs.



Participants gained insights into the strategies emerging in other countries, and raised a number of questions for the Canadian industries to consider. These include:

How do the global vectors of change affect Canada's orderly marketing system?

Given the trade aspirations of other poultry-producing countries and their cost structures, what is the optimal position for Canadian industry participants in their domestic marketplace?

How should industry participants respond to evolving consumer concerns for environmental sustainability and food safety?

Should Canadian industry participants pursue a more tightly integrated supply chain to achieve greater efficiencies?

How should the Canadian industry define and profit from its unique advantages?

Throughout the Forum sessions, participants affirmed the need for industry leadership to address these issues. To facilitate further discussion, the Council has posted the Forum presentation materials on its Web site at www.nfpc-cnpa.gc.ca

Also, it will issue an informative report on the Forum and invite commentary. The Council looks forward with interest to the course of discussion.









ad progress so far, and I look forward to the

ssful conclusion of discussions.

elp to ensure an orderly market for

ad eggs. The Council makes sure that

Federal-Provincial Agreement

The renewed agreement on chicken was a major achievement brought about through extensive discussions and close collaboration between the NFPC, the Chicken Farmers of Canada, and the provincial supervisory boards. Significantly, the agreement included British Columbia, which had withdrawn from the previous agreement ten years earlier.

Federal and provincial ministers of agriculture signed the agreement in Whitehorse in June, three years after they had challenged the four national agencies to modernize the agreements.

The agreement has also been taken up for consideration by the other three agencies as they develop their renewed agreements. These discussions have made progress and the NFPC looks forward to a successful conclusion.

Beef Cattle Promotion-Research Agency

The research, promotion and market development of Canadian beef cattle took a step forward in 2001 with the creation of a national promotion and research agency, announced in December.

The agency, the first such national agency of its kind, may conduct primary marketing and nutritional research, develop new products and conduct advertising and promotion. These initiatives will be financed through a levy on domestic and imported beef marketed in Canada.

The NFPC received a proposal from the Canadian Cattlemen's Association in 2000 to create this agency. Following public hearings, it recommended to the Minister of Agriculture and Agri-Food that the agency be established.

The new agency will put promotion and research funding on a national footing.



"The role of the Council is to provide a framework for the operation of orderly marketing. We have a unique system in Canada, one that takes care of the concerns of growers and ensures that they are on a level playing field. Anything that Council can do to maintain this system is beneficial both to producers and consumers."

JOHN A. (SANDY) MCCURRACH, MEMBER



Poultry Export Working Group

The Poultry Export Working Group defined its terms of reference in 2001 and got down to the business of encouraging and facilitating exports of chicken and turkey. The group, chaired by the Council, has been working to identify the benefits of a more focused approach to exporting poultry meat, and to establish what the industry will require to succeed. The working group has also discussed how the Canadian government should best play its role.



The NFPC has been working with processors to build up their presence on SourceCAN, the e-business network operated by Industry Canada. The Council has also helped to develop a directory of Canadian poultry and egg processors for distribution through our embassies and missions, and for use at trade shows.

In addition, the NFPC has encouraged the industry to attend trade shows to develop market intelligence and establish contacts with potential buyers. The Council, together with the Canadian Beef Export Federation, set up a booth last March at FoodEx 2001 in Tokyo. Promotional information on the Canadian poultry industry was distributed to some of the 93,000 visitors at FoodEx.

The Council has also provided export-minded processors with recommendations for market development opportunities at trade shows in the United States, Germany and Argentina.

In addition, the working group identified the growing international halal market as an opportunity for the Canadian industry. Halal poultry meat is prepared according to Islamic practices. In the United States alone, a growing Muslim population represents an attractive niche market. The Council, aided by Agriculture and Agri-Food Canada, developed a Middle East Workshop to bring Canadian producers and processors together with domestic and foreign buyers to discuss potential opportunities.

The realizate is an invitant change when the power infecting while relating the transmit in solution watering. The system is one of the feet system in the power and sold invite in the common as well in the power and east invite, but it forces in about a feet of the power and east invite, but it forces in about a feet of the power and it is not produced. The forces in Clobal Assessment served this need with Barry appropriate for in the the increase we forces of the Common water and with a feet of the power in the common water and the common water and

LAND FORUM MINERS

Looking Forward

Agricultural Policy Framework

The Council will work with all stakeholders to strengthen the Canadian agriculture and agri-food sector through the new Agricultural Policy Framework. Federal, provincial and territorial ministers agreed in 2001 that the framework should make Canada the world leader in agriculture.

The framework embraces five principles: risk management, food safety, environmental protection, innovation, and sectoral renewal. Through them, the framework will build a stronger partnership between governments, the sector and Canadians.

Opportunities for Promotion-Research Agencies

The beef cattle promotion-research agency is the first such agency to be created under the Farm Products Agencies Act. The Council believes that such an agency may be useful for other commodity groups as well and looks forward to exploring this concept with interested organizations.

Such agencies will help to build strong, efficient and competitive industries by contributing to the research and promotion of farm products. Through them, producers and importers gain useful information about the dynamic Canadian marketplace. Agencies that operate nationally receive their funding from levies collected on all domestic and imported sales.

Improving Business Practices

In addition to carrying out its legislated duties, the Council is always looking for ways to help Canada's orderly marketing system to evolve in step with a sound regulatory framework.

One aspect of this work is the Council's internal review of its governance structure and mechanisms. In order to manage its operations efficiently, transparently and responsibly, the Council aims to improve its strategic planning, reporting and accountability.



The NFPC Role in Orderly Marketing



The National Farm Products Council oversees marketing agencies for farm products, and reports directly to Parliament through the Minister of Agriculture and Agri-Food.

The Council ensures that the marketing agencies for chicken, eggs, broiler-hatching eggs, and turkey balance the interests of their stakeholders, including producers and consumers. It approves agency orders and regulations, hears complaints about agency decisions, and inquires into the creation of new agencies. It also promotes the strength and competitiveness of the sectors that it oversees, and provides advice to the Minister of Agriculture and Agri-Food.

In addition, the NFPC works with industry to promote more effective farm-product marketing between provinces as well as in export and import trade.

In 1972, the Farm Products Marketing Agencies Act created the Council in order to maintain and promote an efficient, competitive industry and to ensure that agencies act in accordance with their objectives.

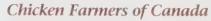
Before the creation of an orderly marketing system, Canadians faced fluctuating poultry and egg supplies and unstable prices. Although provincial marketing boards provided some stability, they lacked authority beyond their borders. The Farm Products Marketing Agencies Act enabled poultry and egg producers to set up national agencies to control supply and to exercise federal marketing authority.

In 1995, the Council also became responsible for the administration of the Agricultural Products Marketing Act. Provincial commodity groups regulate exports and trade between provinces using federal authority delegated by this legislation.

The County's major contribution has been desentents in bringing predictors, prosesting and harbon protestors imposed to look torontol and to litera as the forms that company as all. The base been able to open our decountments among male habbers or all breats. Working appeals to the best may be used form our challenges and in decountment has not can be of about the changes.

The Marketing Agencies in 2001

The NFPC reviews proposed quota and levy orders from national marketing agencies, and works with them to strengthen Canadian agriculture. In this section we discuss a few aspects of the agencies' performance in 2001.



The Chicken Farmers of Canada (CFC) established a Market Development Policy that alleviates the need for supplementary import permits. The new policy is intended to contribute to the continued stability of the domestic marketplace.

CFC also developed an on-farm food safety program for chicken producers. The CFC has requested the Canadian Food Inspection Agency, which regulates food safety matters, to review and endorse the program.

More information about the CFC can be found at www.chicken.ca

Canadian Egg Marketing Agency

The Canadian Egg Marketing Agency (CEMA) made progress in 2001 on its on-farm food safety program, and further developed its marketing and nutrition programs. The agency also won the International Egg Commission's first prize for its advertising campaign.

In addition, CEMA pursued a long-term price and supply agreement with processors.

More information about CEMA can be found at www.canadaegg.ca

Canadian Turkey Marketing Agency

The Canadian Turkey Marketing Agency (CTMA) has been developing its national generic marketing program, funded jointly by producers and processors. The program, known as "Turkey Tuesdays," aims to increase turkey consumption by promoting the weekly use of turkey in family meal planning.

Further information is available through www.canadianturkey.ca

Canadian Broiler Hatching Egg Marketing Agency

The Canadian Broiler Hatching Egg Marketing Agency (CBHEMA) made a significant advance in establishing a data retrieval system that will provide the capability to analyze production from a variety of perspectives. The Council assisted in the initiative.

For additional information, visit www.cbhema.com



1005 na noitesilaisrammos ab esoitto est

Le CNPA examine les ordonnances de redevances à payer et les règlements sur le contingentement proposés par les offices canadiens de commercialisation, avec lesquels il collabore au renforcement du secteur agricole canadien. Voici une récapitulation des réalisations de ces offices en 2001.

Producteurs de poulet du Canada

Les Producteurs de poulet du Canada (PPC) ont établi une politique de développement des marchés qui reduit la demande pour des permits d'importation supplémentaires. La nouvelle politique a pour objet de maintenir et de raffermir la stabilité sur le marché intérieur.

A l'intention des producteurs de poulet, les PPC ont aussi mis sur pied un programme de salubrité alimentaire à la ferme. Les PPC ont demandé à l'Agence canadienne d'inspection des aliments, qui assume la réglementation en matière de salubrité alimentaire, de revoir et de reconnaître le programme.

Pour plus de précisions concernant les PPC, consulter le site www.chicken.ca

Office canadien de commercialisation des oeufs

L'Office canadien de commercialisation des oeufs (OCCO) a réalisé en 2001 des progrès vers la mise en place de son programme de salubrité alimentaire à la ferme et il a aussi étoffé ses programmes de commercialisation et de nutrition. Fait intéressant, l'Office a remporté pour sa campagne de publicité le premier prix octroyé par la Commission internationale des oeufs.

L'OCCO a poursuivi ses efforts en vue de mettre en place une entente à long terme d'approvisionnement et de fixation des prix avec les transformateurs.

Pour plus de précisions concernant l'OCCO, consulter le site www.canadaegg.ca

Office canadien de commercialisation du dindon

L'Office canadien de commercialisation du dindon (OCCD) a poursuivi l'élaboration de son programme national de commercialisation générique, que financent conjointement les producteurs et les transformateurs. Appelé « Les mardis dindon», le programme de promotion vise à accroître la consommation de dindon par l'intégration de cette viande dans le menu hebdomadaire familial.

Pour plus de précisions concernant l'OCCD, consulter le site www.canadianturkey.ca

Office canadien de commercialisation des oeufs d'incubation des poulets de chair

L'Offfice canadien de commercialisation des oeufs d'incubation des poulets de chair (OCCOIPC) a réalisé d'importants progrès par l'établissement d'un système de récupération des données qui permet d'analyser la production selon diverses perspectives. Le Conseil a aidé l'OCCOIPC à mener à bien ce projet.

Pour plus de précisions concernant l'OCCOIPC, consulter le site www.cbhema.ca





to this kind of an indication observing the manifest of the basis of several 1 stocked and the basis of the b

THAN CHARG ANT

Le Conseil national des produits agricoles supervise les offices canadiens de commercialisation de produits agricoles et relève directement du Parlement par l'intermédiaire du ministre de l'Agriculture et Agroalimentaire.

Le Conseil veille à ce que les offices canadiens de commercialisation pour le poulet, les oeufs, les oeufs d'incubation de poulet de chair et le dindon gardent l'équilibre entre les intérêts de leurs intervenants, notamment les producteurs et les consommateurs. Il approuve les règlements et les ordonnances pris par les offices canadiences sur le plaintes concernant les décisions prises par les offices et tient des audiences sur le bien-fondé de la création de nouveaux offices. En outre, il veille à promouvoir le dynamisme et la compétitivité des secteurs relevant de sa compétence et donne des conseils au ministre de l'Agriculture et Agroalimentaire.

En outre, le CNPA travaille de concert avec l'industrie afin de promouvoir l'efficacité dans la commercialisation des produits agricoles sur les marchés interprovincial et international.

En 1972, la Loi sur les offices des produits agricoles a créé le Conseil afin de préserver et de promouvoir le dynamisme et la compétitivité de l'industrie et de veiller à ce que les offices exercent leurs activités conformément à leurs objectifs.

Avant l'avènement d'un régime de commercialisation méthodique, les Canadiens devaient composer avec d'importantes fluctuations dans les approvisionnements et les prix de la volaille et des oeufs. Les offices provinciaux de commercialisation procuraient bien une certaine mesure de stabilité, mais ils n'avaient aucune autorité au-delà de leurs frontières. La Loi sur les offices des produits agricoles a permis aux producteurs d'oeufs et de volaille d'établir des offices canadiens pour contrôler les approvisionnements et pour exercer les pouvoirs fédéraux de commercialisation.

En 1995, le Conseil a aussi assumé la responsabilité de l'administration de la Loi sur la produit réglementent les exportations et le commerce entre les provinces grâce aux pouvoirs fédéraux qui leur sont délègués en vertu de cette loi.

Regard vers l'avenir



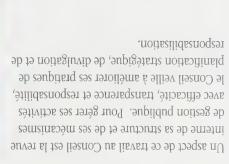
ministres fédéral, provinciaux et territorial ont convenu que le cadre ferait du Canada le leader l'agriculture et de l'agroalimentaire par le nouveau cadre de politique agricole. En 2001, les Le Conseil travaillera avec tous les intervenants en vue de renforcer le secteur canadien de

le cadre renforcera le partenariat entre les gouvernements, le secteur et les Canadiens. de l'environnement, l'innovation et le renouvellement sectoriel. Sur la base de ces principes,

nationale perçoivent leurs fonds au moyen de prélèvements imposés sur toutes les ventes de utile concernant le dynamique marché canadien. Les offices qui fonctionnent à l'échelle Par l'intermédiaire de ces offices, producteurs et importateurs auront accès à une information compétitives par l'incitation à la recherche et à la promotion pour les produits agricoles. Les offices de ce genre contribueront à rendre les industries dynamiques, efficaces et

Amélioration des pratiques commerciales

solide cadre réglementaire. d'aider le régime canadien de commercialisation méthodique à évoluer en harmonie avec un En plus d'accomplir les fonctions que prescrit la loi, le Conseil cherche toujours des façons









« Le rôle du Conseil est d'établir un cadre pour la commercialisation néthodique. Le Canada a mis en place un régime unique qui répond aux besoins des producteurs et dont les régles du jeu reposent sur l'équité. Toute mesure que peut prendre le Conseil pour préserver le régime est avantageux à la fois pour les producteurs et pour les consommateurs. »

Namin Marangala (Tokke) a knor



Groupe de travail sur l'exportation de volaille



Le Groupe de travail sur l'exportation de volaille a défini son mandat en 2001 et il s'est attelé à la tâche d'encourager et de faciliter les exportations de poulet et de dindon. Présidé par le Conseil, le Groupe s'est appliqué à étroitement ciblée sur l'exportation de viande de volaille et à établir les éléments dont doit disposer l'industrie pour réussir. Le Groupe de travail a aussi discuté du rôle optimal du gouvernement canadien en la matière.

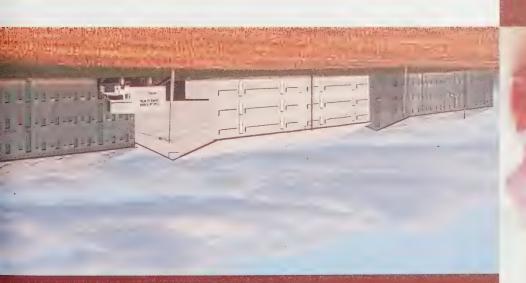
Le ${\rm CMPA}$ a collaboré avec les transformateurs au renforcement de leur présence au sein de

SourceCAN, le réseau de commerce électronique exploité par Industrie Canada. Le Conseil a aussi contribué à l'élaboration d'un répertoire des transformateurs canadiens d'oeuts et de volaille aux fins de diffusion par le truchement de nos ambassades et de nos missions à l'étranger, ainsi qu'aux fins d'utilisation aux foires commerciales.

En outre, le CAPA à encouragé l'industrie à participer aux foires commerciales afin de recueillir des renseignements sur les marchés et de nouer des contacts avec d'éventuels acheteurs. Le Conseil, avec la Fédération canadienne pour l'exportation de boeuf, à organisé un stand en mars dernier à la foire FoodEx 2001 à Tokyo. L'information de nature promotionnelle concernant l'industrie canadienne de la volaille a été distribuée à quelque 93 000 visiteurs à la FoodEx.

Le Conseil a aussi préparé, à l'intention des transformateurs sensibilisés à l'exportation, des recommandations sur les occasions de développement des marchés aux foires commerciales tenues aux États-Unis, en Allemagne et en Argentine.

En outre, le Groupe de travail a repéré le grandissant marché international halal comme une ouverture pour l'industrie canadienne. La viande de volaille halal est préparée selon les pratiques islamiques. Sur la marché american, une population islamique croissante constitue un intéressant crêneau. Le Conseil, avec l'aide d'Agriculture et Agroalimentaire Canada, a mis sur pied un Atelier sur le Moyen-Orient pour réunir les producteurs et les transformateurs canadiens avec des acheteurs canadiens avec des acheteurs canadiens avec des discuter d'ouvertures éventuelles.



Accords fédéraux-provinciaux

Le renouvellement de l'Accord fédéral-provincial du poulet constitue l'une de nos principales réalisations et il est l'aboutissement de fort nombreuses discussions et d'une étroite collaboration entre le CNPA, les Producteurs de poulet du Canada et les régies provinciales. Fait important, la Colombie-Britannique a adhéré à l'Accord, dont elle s'était retirée dix ans auparavant.

Les ministres fédéral et provinciaux de l'Agriculture ont signé l'Accord à Whitehorse en juin, trois ans après que les quatre offices canadiens aient été fortement incités à moderniser leur accord respectif.

Les trois autres offices canadiens ont pris cet accord comme modèle pour renouveler leur propre accord. Les discussions à cette fin avancent, et le CNPA prévoit qu'elles porteront fruit.

Office de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins

Le secteur canadien de la recherche, du développement des marchés et de la promotion des bovins a franchi un grand pas en 2001 avec la création de l'Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins, annoncée en décembre.

Cet office canadien, le premier en son genre, est autorisé à effectuer de la recherche en commercialisation primaire et en nutrition, à mettre au point de nouveaux produits et à mener des activités de publicité et de promotion. Ces initiatives seront payées au moyen d'un prélèvement sur les ventes canadiennes du produit intérieur et du boeut importé.

Le CNPA avait reçu en 2000 une proposition de l'Association canadienne des éleveurs de bovins en vue de créer cet office. Suite aux audiences publiques qu'il a tenues, le Conseil a recommandé au ministre de l'Agriculture et Agroalimentaire que cet office soit établi.

Le nouvel office fera en sorte que la promotion et la recherche soient financées sur une base nationale.





Les participants ont ainsi eu l'occasion de réfléchir aux nouvelles stratégies utilisées dans les autres pays et ils ont soulevé de nombreuses questions que devraient examiner les industries canadiennes, notamment :

Comment les facteurs mondiaux de changement affectent-ils le régime canadien de commercialisation méthodique?

Considérant les aspirations commerciales des autres pays producteurs et leurs structures de coût, quelle est la position optimale que les participants canadiens de l'industrie devraient adopter pour leur marché intérieur?

Comment les participants de l'industrie devraient-ils répondre aux besoins changeants des consommateurs concernant la durabilité environnementale et la salubrité alimentaire?

Les participants de l'industrie canadienne devraient-ils viser à intégrer plus étroitement leur chaîne d'approvisionnement afin de faire des gains d'efficacité?

Comment l'industrie canadienne devrait-elle définir et exploiter ses avantages particuliers?



Tout au long des sessions du Forum, les participants ont reconnu le besoin de leadership dans leur industrie pour répondre à ces questions. Pour faciliter la suite des discussions, le Conseil a affiché les exposés présentés au Forum sur son site web www.nfpc-cnpa.gc.ca.

En outre, il publiera un rapport d'information sur le Forum et invitera les lecteurs à exprimer leurs commentaires. Le Conseil est fortement intéressé par les résultats de ces discussions.

manici eletidi, minest

- Translation say picked purpose who

Marry Lates State & States & States

Tarbidezan my zatromiquet da similio útico el de

STATE STATE OF THE PRINCIPLE OF THE PRIN

Spinishment to Contain a name was milwelled

of humbles his part limental activity assembly

and amobite to som the extension either at

THE WAR THE STATE OF THE PERSON NAMED OF THE PERSON NAMED IN

est temm) if its and puterily still thoughtening rat

court all amorphisms to hard in Sealustery

an figen day regrapmy they prevent



Négociations commerciales internationales

Les négociations sur le secteur agricole dans le cadre de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) sont demeurées au centre des préoccupations du Conseil en matière de commerce en 2001. Le CNPA a facilité les discussions entre les cadres des offices canadiens et les conseillers du gouvernement en politiques commerciales concernant la décision prise par l'OMC sur les produits laitiers en décembre 2001. Le Conseil a aussi fait le suivi des autres discussions touchant la scène internationale.

Forum sur la sensibilisation à la mondialisation

Dans le cadre de sa stratégie d'étroite collaboration avec les industries relevant de sa compétence, le CNPA a facilité une série de rencontres pour discuter des tendances en matière de commerce international, de technologie et d'autres aspects internationaux touchant les industries canadiennes des oeufs et de la volaille.

Le Forum sur la sensibilisation à la mondialisation, tenu dans sept villes, a aidé 200 chefs de l'industrie à mieux saisir les développements dans l'industrie et à discuter des incidences de ces développements pour le Canada. Le Forum comprenait des discussions avec une douzaine de conférenciers de haut calibre, notamment des penseurs reconnus aux niveaux national et infernational en agriculture, en biotechnologie, en médecine et en affaires publiques.

and the fit filtered medicines as the entitle communication to the first of the services of the entitle control of the control

AMERICAN DESIGNATION

FRINGER OF STREET, AND STREET, NO. 6 CHEST.

* 24pm 265 to



andenstrije eiliabersy and tannifan tinnent.



nement du Conseil est l'ouverture d'esprit lors des déscussions entre les membres. Chacun de nous aborde la discussion selon se propre expérience. J'apporte ma contribution au sujet des outres dans lesquels membres au sujet des secteurs dans lesquels ils évoluent. Par nos discussions ouveites et par notre diversité, nous enrichissons nos discussions de nombreux points de vue et nous produisons des décisions pratiques et utiles produisons des décisions pratiques et utiles produisons des décisions pratiques et utiles pour nos intervenants.

TREATH (ASTRIBUTES) NEASTE

Objectifs stratégiques

Le CNPA s'applique à relever les défis et à saisir les occasions que présente son environnement opérationnel. Cet environnement comprend un certain nombre d'importantes sources de changement éventuel, comme la croissance des marchés, la technologie, les modes de consommation, les politiques publiques et le commerce international.

Le CNPA poursuit trois objectifs stratégiques.

Premièrement, le Conseil exerce une supervision transparente et responsable des offices canadiens de commercialisation du poulet, du dindon, des oeufs et des oeufs d'incubation de poulet de chair. Il collabore avec ses homologues des gouvernements provinciaux et territorial, et travaille au renouvellement des accords de commercialisation afin de renforcer le régime de commercialisation méthodique.

Deuxiemement, le Conseil encourage le dynamisme, la compétitivité et la rentabilité des secteurs et coopère avec eux afin de renforcer leur capacité de répondre aux besoins du marché. Il engage ces secteurs à se prévaloir des possibilités d'exportation, à relever leurs normes de salubrité alimentaire, à mieux gérer la chaîne d'approvisionnement et à adopter d'autres mesures dont pourraient bénéficier les industries canadiennes de l'agriculture et de l'agroalimentaire. Il fournit aussit une orientation concernant les avantages relatifs et le processus à suivre pour la création d'offices de promotion et de recherche.

Troisièmement, le Conseil s'applique à améliorer continuellement l'efficacité, la transparence et la responsabilité dans ses activités. À cette fin, il améliore sa planification stratégique, ses processus globaux de divulgation et ses modes de fonctionnement.

Le rôle du CNPA

noissiM

La mission du CNPA est de promouvoir le dynamisme et la compétitivité des secteurs canadiens de l'agriculture et de l'agroalimentaire qui relèvent de sa compétence. Le Conseil veille à ce que le régime de commercialisation méthodique pour la volaille et les oeufs fonctionne dans le meilleur intérêt de tous les intervenants, notamment des producteurs et des consommateurs.

Le Conseil supervise en outre l'Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins, créé en décembre 2001, et supervisera les offices de promotion et de recherche qui pourront être établis pour d'autres produits agricoles.

Créé en 1972, le Conseil est un organisme faisant partie du portefeuille d'Agriculture et Agroalimentaire Canada. Il relève directement du Parlement par l'intermédiaire du ministre de l'Agriculture et Agroalimentaire.



- And the party of the party of terring and distributions are suppossible Transportation and the Contract Community Accounting material servery 44 energy Milwet nin Lasid Many Amise d that took being the second to assistable and - (Description to State of Spiritual Assessment of Spiritual Spir monotoness to empirity and a two and world sham ring constant tang Experient radiosign til talliggranna sima to sense profit in designers you control part. adie competente et que exemplem atua mit beliebet annihmen sandle am find aberlayed to emphasize arism on continue tool индерита пероменуй егонорую леку жом 50 Miller St. Haller & St. of Hear replete \$4 in

(Anoversal XIV. YOUNGS D MAY

David Coburn, membre (1998-2004)

Outstanding Young Farmers pour la région de l'Atlantique. College. En 1995, lui et sa femme, Karen Coburn, ont reçu le prix Nouveau-Brunswick et agrégé honoraire du Nova Scotia Agricultural Brunswick). Il est ancien président de la Fédération de l'agriculture du familiale qui en est à sa sixième génération, à Keswick (Nouveau-David Coburn gère la société W.B. Coburn & Sons, une exploitation



Felix Destrijker, membre (2001-2004)

et Vitoeuf Inc., une société de transformation et de surtransformation d'oeufs à St-Hyacinthe. à St-Ludger; Les Oeufs Blais & Breton Enr., un distributeur d'oeufs et de produits des oeufs à St-Bernard; co-possède quatre entreprises : Avibeau Inc. et La Ferme Hellebecq, qui sont des producteurs de volaille des producteurs d'oeufs de consommation du Québec. Résident de St-Ludger (Québec), M. Destrijker administrateur de l'Union des producteurs agricoles du Québec et ancien vice-président de la Fédération Félix Destrijker est ancien président de l'Office canadien de commercialisation des oeufs, ancien



Michel Veillette, membre (1998-2003)

consommateurs et des Affaires commerciales de 1981 à 1984. Québec, M. Veillette a été député fédéral et secrétaire parlementaire du ministre des Affaires des de Les Produits laitiers J.A. Baribeau Ltée. Ancien président du Conseil de l'industrie laitière du et d'André Frappier Inc., fabricants et distributeurs de fromages affinés. Il est en outre vice-président Michel Veillette, résident de Cap-de-la-Madeleine (Québec), est ancien président de Froma-Dar Inc.



John A. (Sandy) McCurrach, membre (1998-2004)

dindon de la C.-B. et de l'association de l'industrie des aliments pour animaux de la C.-B. l'Office canadien de commercialisation du dindon, de l'office de commercialisation du Creek Ranch, à Kamloops (Colombie-Britannique). Il est ancien membre exécutif de Sandy McCurrach possède et exploite les entreprises Purity Feed Co. Ltd. et Jamieson



Maurice Giguère, membre (2001-2004)

l'Association des manufacturiers de produits alimentaires du Québec. du dindon, du Conseil canadien des transformateurs d'oeufs et de volailles et de avicoles du Québec et ancien administrateur de l'Office canadien de commercialisation l'Association des MBA du Québec, il est ancien président de l'Association des abattoirs le centre de recherche et de développement de l'industrie de l'érable. Membre de Maurice Giguère, résident de Mont-St-Hilaire (Québec), est directeur général d'ACER,



Les membres du conseil

Cynthia Currie, présidente (1997-2002)

Cynthia Currie est depuis 1997 présidente du Conseil national des produits agricoles, dont elle est la seule membre à plein temps. Auparavant, elle a été directrice générale de l'Office canadien de commercialisation du poulet, maintenant appelé Producteurs de poulet du Canada. Elle a aussi été membre du Conseil canadien de commercialisation des produits agroalimentaires et du Groupe de consultation sectorielle sur le commerce extérieur - Agriculture, aliments et boissons. Elle habite à Ottawa.



Ron O'Connor, vice-président (1998-2004)

Ron O'Connor a été nommé au Conseil national des produits agricoles en 1998, et il en est devenu vice-président en 1999. Résident de Shelburne (Ontario), M. O'Connor possède et exploite l'entreprise Irm-Ron Farms Limited. Il est ancien président des Producteurs de poulet de l'Ontario et a siégé à de nombreux comités de l'industrie des oeufs et du poulet en Ontario.



Lorraine Arnett, membre (1999-2003)

Avec les associés de sa famille, Lorraine Arnett possède et exploite une ferme mixte de 345 acres près de Durham (Ontario) avec un poulailler de 10 000 pieds carrés, une entreprise de naissage de bovins et une autre de culture commerciale. Elle est contrôleure de Bert Fisher Farms Ltd., de Fisher Feeds Ltd. et de sociétés affiliées à Listowel (Ontario).

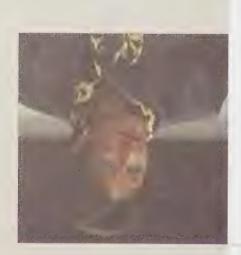


Anne Chong Hill, membre (1998-2004)

Anne Chong Hill est co-fondatrice et présidente de la société Global Gourmet Foods Inc. de la Colombie-Britannique, qui fournit des produits alimentaires aux chaînes de magasins et aux grands établissements. Elle est membre du Conseil canadien de commercialisation des produits agroalimentaires et du conseil consultatif auprès du ministre de l'Agriculture, des aliments et des pêcheries de la Colombie-Britannique. Elle habite à Vancouver.



Message de la présidente



es cinq ans au Conseil national des produits agricoles m'ont amenée à constater de plus en plus clairement l'importance à la fois de la stabilité et du changement. Ces deux concepts, unis par leur opposition, caractérisent le monde dans lequel fonctionne le Conseil.

La stabilité se situe au coeur même de notre régime de commercialisation méthodique. Elle est l'une des bases sur lesquelles sont fondées les décisions prises par les offices de commercialisation et par le Conseil. Elle bénéficie à tous les intervenants car elle assure aux consommateurs un approvisionnement d'aliments salubres, nutritionnels, de qualité élevée et à prix raisonnable, tout en procurant la prévisibilité des marchés aux producteurs, aux transformateurs et aux surtransformateurs.

De nombreux facteurs de changement exercent aussi des incidences sur notre régime, notamment l'évolution dans les préférences des consommateurs, les progrès technologiques et la croissance des échanges commerciaux entre pays. En réponse à ces approche a été valable dans le passé et elle nous sera utile dans notre collaboration avec tous les intervenants en vue d'élaborer et de mettre en oeuvre le nouveau cadre de politique agricole.

Le Canada fonctionne à plein régime quand les secteurs public et travailler ensemble. C'est ce que nous faisons, guidés par le leadership qu'exercent les offices canadiens de commercialisation, les associations de l'industrie, les régies provinciales et les autres intervenants de notre régime de commercialisation méthodique. Le Conseil remplit sa discussions par l'accomplissement de ses fonctions de supervision, par la facilitation de discussions au sein de l'industrie concernant notre avenir et par le lancement d'initiatives favorisant la croissance de l'industrie. De plus, le Conseil coopère de près avec de nouveaux partenaires hors du régime de commercialisation méthodique, comme l'a démontré la récente création du nouvel Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins.

Les membres du Conseil ont apprécié le soutien continu du ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire, ainsi que la contribution de notre personnel très dévoué et compétent. Cette précieuse collaboration a permis au Conseil d'atteindre ses objectifs et d'apporter une valeur ajoutée aux Canadiens.

Le succès du régime de commercialisation méthodique repose sur un bien simple concept, la sensibilisation au marché. Par l'offre de produits que veulent les consommateurs et par la préservation du dynamisme, de la compétitivité, de l'efficacité et de la prévoyance, l'agriculture canadienne se ménage un excellent avenir.

Gymen C



onl ebene3 mes1 • onl ebene3 sqlup3

Edifice Canada, 10e étage, 344, rue Slater Ottawa (Ontario) K1R 7Y3 Téléphone: (613) 995-6752 Site web: http://www.nfpc-cnpa.gc.ca Site web: http://www.nfpc-cnpa.gc.ca

Numéro de catalogue A99-2/2001 ISBN: 0-662-66517-1

© Ministre des Travaux publics et des Services gouvernementaux Canada, 2002





Conseil national des produits agricoles **REVUE ANNUELLE POUR 2001**





National Farm Products
Council

Conseil national des produits agricoles

ys turkeys turkeys turkeys turkeys turkeys turkeys turkeys turkeys turkeys s chickens chickens chickens chickens chickens chickens roiler honing b er hatcl Itt' -) (1 i le b cattle beet cattle eggs eggs ens chickens chickens chickens chickens chickens chickens iler hatching broiler hatching broiler hatching broiler ha eef cattle beef cattle beef cattle beef cattle beef cattle beef gs eygs eggs rygs engs eggs eggs eggs lijgs egys eggs rkeys turkeys turkeys lurkeys turkeys turkeys turkeys burkeys burkeys unickens chickens chickens chickens chickens chickens hing broiler hatching broiler hatching broiler hatching broiler ha while beef cattle beef cattle beef cattle beef cattle be ef eys turkeys turkeys turkeys turkeys ark ys 'arler', to keys 'y keys turkeys to r chickens chickens chicke is chirker sc1 cker och oken chi ber knicken oiler hatching broiler hatching by Lifer natching broiler hatching broiler ha the beef cattle beef caitle beef cattle beef cattle beef cattle heaf cattle beef ceys turkeys turkeys tu key turkeys turkeys turkeys turkeys turkeys turkeys turkeys chickens chickens chickens chickens chickens chickens chickens iler hatching broiler hatching broiler batching broiler hatching broiler ha eet cattle best cattle beef cattle beef cattle peer cattle best turkeys turkeys turkeys turkeys turkeys turkeys turkeys turkeys turkeys chickens chickens chickens chickens chickens chickens chickens roiler hatching broiler hatching broiler hatching broiler ha ef cattle beef cattle beef cattle beef cattle beef cattle beef





Canada Building, 10th Floor, 344 Slater Street, Ottawa, Ontario K1R 7Y3

Phone: (613) 995-6752 Fax: (613) 995-2097

Web site: http://www.nfpc-cnpa.gc.ca

e-mail: nfpcweb@agr.gc.ca

© Minister of Public Works and Government Services Canada, 2003

Cat. No. A99-2/2002 ISBN: 0-662-67239-9

Minister's Message

s Canada's Minister of Agriculture and Agri-Food, I am delighted to see the National Farm Products Council complete a 30 year record of success.

The Council, in working closely with the poultry and egg industries, has helped to reduce business risk and stabilize Canada's supply of high-quality, safe, affordable food. Its work with the new beef cattle promotion and research agency will help Canadian producers grow today's markets and develop new opportunities.

These accomplishments are central to the success of the Agricultural Policy Framework, which aims to make Canadian agriculture the world leader in food safety and quality, environmentally responsible production and innovation. They also enhance the performance of a sector that plays a major role in the Canadian economy.

Agri-food today is this country's third-largest employer, and a major contributor to the quality of Canadian life. The National Farm Products Council is doing its part to ensure the strength and competitiveness of Canadian agriculture in the 21st century.





Mission:

To ensure that the national orderly marketing of farm products works in the balanced interests of all stakeholders, from producers to consumers.

Mandate:

- To advise the Minister of Agriculture and Agri-Food on all matters relating to the agencies established under the *Farm Products Agencies Act*, with a view to maintaining and promoting an efficient and competitive agriculture industry.
- To review the operations of the marketing agencies to ensure that they meet their objectives as set out in the legislation.
- To work with the agencies in promoting more effective marketing of farm products in interprovincial and export trade.
- To work with promotion-research agencies in connection with primary production research and the promotion of regulated farm products.

Created in 1972, the Council is an agency within the Agriculture and Agri-Food Canada portfolio, and reports directly to Parliament through the Minister of Agriculture and Agri-Food.

Chairperson's Message



s Canada has grown and diversified over the last 30 years, so has the industry that provides its food. Thirty years ago, Parliament enabled national agencies to stabilize fluctuating supplies and prices, and introduced the National Farm Products Council as a review agency to ensure the system worked for all, from producers through to consumers.

Partners from the beginning, government and industry have accomplished a great deal. Markets stabilized and prices became more predictable, minimizing business risk and enhancing opportunities in every region of the country. As the system matured, producers and processors could meet the challenge of keeping up with Canadian consumers. Enriched by our global travel, our sophisticated communications, and the contributions of new Canadians, we have developed a wide range of tastes.

Today's challenges are complex. Canadian producers, processors and further processors must deliver tasty, convenient, reasonably priced, high-quality food products to market in many forms. They are improving the supply chain at every link, and focusing on innovative approaches to meet the needs of consumers.

Innovation applies as well to our own work. The concept of a government-reviewed national agency has now been extended into promotion and research, with the establishment of the Canadian Beef Cattle Research, Market Development and Promotion Agency. This agency, the first of its kind in Canada, will use check-offs to provide a stable funding source for research, market development and promotion activities. I invite other producer groups to consider whether they would benefit from an agency of their own, and whether the agency concept could be adapted to other needs.

At 30 years old, the National Farm Products Council is a unique and remarkable organization that draws together government policy expertise with marketplace knowledge. I thank the Council members and staff for their excellent contributions.

The challenge of supplying today's diverse, complex marketplace probably could not have been met 30 years ago. Today Canadian agriculture is meeting that challenge, and its partnership with governments continues to thrive. And, from my perspective, I am pleased to report that the system continues to work in the balanced interest of all Canadians.

(yunia

The Council

Members

The National Farm Products Council is composed of at least three members, and may have up to nine. At least half of them must be primary producers at the time of their appointment, according to the legislation that created the Council. The Cabinet appoints them to terms of two to five years. The Chairperson is the only full-time Council member.



Cynthia Currie, Chairgerson (1997-2005)

Cynthia Currie has chaired the National Farm Products Council since 1997 and is its only full-time member. Previously she was General Manager of the Canadian Chicken Marketing Agency, now known as the Chicken Farmers of Canada. She is a past member of the Canadian Agri-Food Marketing Council and the Agri-Food and Beverage Sectoral Advisory Group on International Trade. She resides in Ottawa.



Ron O'Connor, Vice-Chairperson (1998-2004)

Ron O'Connor was appointed to the National Farm Products Council in 1998, and became Vice-Chairperson in 1999. A resident of Shelburne, Ontario, Mr. O'Connor owns and operates Irm-Ron Farms Limited. He is a former Chairman of the Chicken Farmers of Ontario, and has served on numerous egg and chicken industry committees in Ontario.



Lorraine Arnett, Member (1999-2003)

With her family partners, Lorraine Arnett owns and operates a 345 acre mixed farm near Durham, Ontario with a broiler and cow calf operation, as well as cash crops. She is the comptroller of Bert Fisher Farms Ltd., Fisher Feeds Ltd., and associated companies in Listowel, Ontario.



Anne Chong Hill, Member (1998-2004)

Anne Chong Hill is the co-founder and President of Global Gourmet Foods Inc. of British Columbia, a supplier of food products to multi-unit chain accounts and institutions. She is a member of the Canadian Agri-Food Marketing Council, and a member of the Advisory Council to the Minister of Agriculture, Food and Fisheries of British Columbia. She resides in Vancouver, British Columbia.

Past Chairpersons

Paul Babey (1972 - 1979)

June Menzies (1979 - 1985)

Ralph Barrie (1985 - 1991)

Cliff McIsaac (1991 - 1997)

The Council



David Coburn, Member (1944-2012)

David Coburn manages W.B. Coburn & Sons, a sixth-generation family farm in Keswick, New Brunswick. He is Past President of the New Brunswick Federation of Agriculture and an Honourary Associate of the Nova Scotia Agricultural College. In 1995 he and Karen Coburn, his wife, received the Outstanding Young Farmers of Atlantic Canada award.

Félix Destrijker, Member (2005-2004)

Félix Destrijker is the former Chairperson of the Canadian Egg Marketing Agency, a former director of the Union des producteurs agricoles du Québec, and a former vice-president of the Fédération des Producteurs d'œufs de consommation du Québec. A resident of St-Ludger, Quebec, Mr. Destrijker co-owns four enterprises: Avibeau Inc. and La Ferme Hellebecq, poultry farms in St-Ludger; Les Oeufs Blais & Breton Enr., an egg and egg product distribution company in St-Bernard; and Vitoeuf Inc., an egg processing and further processing company in St-Hyacinthe.



Maurice Giguère, Member (2001 2004)

Maurice Giguère, a resident of Otterburn-Park, Quebec, is Director General of the Centre de recherche, développement et de transfert technologique en acériculture. A member of the Association des MBAs du Québec, he is the former president of the Association des abattoirs avicoles du Québec, and a former board member of the Canadian Turkey Marketing Agency, the Canadian Poultry & Egg Processors Council, and the Association des manufacturiers de produits alimentaires du Québec.



John A. (Sandy) McCurrach, Manhay (1992-7014)

Sandy McCurrach is the former owner and operator of Purity Feed Co. Ltd. and Jamieson Creek Ranch, in Kamloops, British Columbia. He is a past executive member of the Canadian Turkey Marketing Agency, the B.C. Turkey Marketing Board, and the B.C. Feed Industry Association.



Michel Veillette, Member (1998-2008)

Michel Veillette, a resident of Cap-de-la-Madeleine, Quebec, is the former President of Froma-Dar Inc. and André Frappier Inc., manufacturers and distributors of specialty cheeses. He was also Vice-President of Les Produits Laitiers J. A. Baribeau Ltée. A former President of the Conseil de l'Industrie Laitière du Québec, Mr. Veillette is a former Member of Parliament and was Parliamentary Secretary to the Minister of Consumer and Corporate Affairs from 1981 to 1984.

The Staff



NFPC staff, from left to right: Lise Leduc, Pierre Bigras, Keith Wilkinson, Carole Hotte, Laura Leckie, Reg Milne, Patricia Lepage, Terry Hayward, Louise Séguin, Jurgen Schiffer, Lisette Wathier, Carola McWade, John Kirk.





In the summer of 2002, the staff included Shivalee Paliwal and Sean Ramsingh, students at the University of Ottawa.

The NFPC at 30: Growing Up Canadian

Origins

Thirty years ago, the Government of Canada created the National Farm Products Council (NFPC). Its goal was to help stabilize agricultural trade between the provinces.

Within provinces, marketing boards had operated successfully, and in some cases for decades, to stabilize the supply and price of many farm products. But the trade between provinces was not regulated or coordinated. As transportation and communications improved, narrowing distances between markets, competition among producers and processors caused supplies and prices to fluctuate.

In 1972, Parliament linked the intraprovincial marketing powers of the provinces with federal powers over interprovincial and export trade. It enabled farm product groups to come together as national marketing agencies equipped with the authority to regulate interprovincial trade and to allocate production to provinces. It created the NFPC to ensure that these agencies would work in the interests of consumers as well as producers.

Evolution

The new Council went to work as soon as it was created. Based on its advice, the government established the Canadian Egg Marketing Agency within the same year. It was the first of what would become four national marketing agencies operating under the Council's review.

Two years later, in 1974, the government created the Canadian Turkey Marketing Agency. The Canadian Chicken Marketing Agency, later known as the Chicken Farmers of Canada, was established in 1978. And the Canadian Broiler Hatching Egg Marketing Agency came into existence in 1986.



Federal government Portfolio partners and other government departments Provincial and territorial governments Provincial and territorial supervisory boards Industry

National agencies and industry associations

As it settled into its operational routine, the Council adopted the structure that it still uses today. It had been established as a decision-making body with six members, four of them full-time. As it evolved, the Council expanded to nine members in order to ensure it had the expertise and the geographical representation it needed to monitor the additional agencies. In expanding, the Council reduced its full-time complement of members to one. Even today, the Chairperson is the Council's only full-time member.

The concept at the heart of the Council's work, that of an industry-run agency operating under governmental review, proved its value from the start. Over the years, it became apparent that an agency could handle functions other than the orderly marketing of farm products. One idea was that an agency could marshal the resources of a farm products group to conduct research and develop new products and new ways of promotion.

In 1993, Parliament wrote the promotion and research agency concept into law, and assigned the agency review function to the Council. In 2002, the Council began to review a fifth national agency, the Canadian Beef Cattle Research, Market Development and Promotion Agency.

In addition to its duties with respect to national agencies, the Council received responsibility in 1995 to administer the *Agricultural Products Marketing Act*. This legislation delegates federal authority for interprovincial and export trade to provincial commodity boards which exercise this power within their province. This administrative responsibility has brought the Council into relationships with many more agriculture product groups across Canada, such as milk, hogs, vegetables, fruit, maple syrup, forest products, and more. However, none of these groups is included in the national agencies that form the mainstay of Council's work.

The Agriculture and Agri-Food Portfolio

Agriculture and Agri-Food Canada (AAFC)

National Farm Products Council (NFPC)

Canadian Dairy Commission (CDC)

Canadian Food Inspection Agency (CFIA)

Canadian Grain Commission (CGC)

Farm Credit Canada (FCC)

National Association (Agri-Food Supervisory Agencies (NAASA)

The Council and its supervisory counterparts in the provinces and territories come together in NAASA, a group that ensures coordination between regulatory jurisdictions. NAASA is the Council's primary link to the provincial and territorial governments.

The NFPC Today



About the NFPC

The NFPC is responsible for overseeing the activities of five national agencies established under the *Farm Products Agencies Act*, and it also administers orders and regulations related to the *Agricultural Products Marketing Act*.

This mandate positions the Council within a three-way relationship.

Within the Government of Canada, it advises the Minister of Agriculture and Agri-Food on all matters relating to the operations of agencies established under the *Farm Products Agencies Act*. Its purpose is to promote an efficient and competitive agriculture industry. It reports directly to the Minister, works within the broader agricultural portfolio, and coordinates its work with other federal government departments.

The Council also consults with the provincial and territorial governments, as they share constitutional jurisdiction over agriculture with the federal government. In practical terms, the provincial and territorial governments handle marketing matters within their borders, and the federal government deals with interprovincial and international concerns.

Finally, the Council interacts with the agriculture and agri-food industry through the national agencies, industry associations, and industry leaders. The agencies use power delegated by the Parliament of Canada, and the Council provides an oversight function to confirm that the agencies fulfill the purposes for which they were created. These purposes are to promote strong, efficient and competitive production and marketing while taking the interests of producers and consumers into account.

In practical terms, the Council is the federal government organization responsible for four supply-managed commodities (eggs, chicken, turkey, and broiler hatching eggs). In addition, the Council monitors the operations of the beef cattle research and promotion agency, and it will provide oversight for any other agency established under the *Farm Products Agencies Act*.

The NPPC and apply musicantent

Supply management matches the domestic production and imports of a farm product to the level of demand. It ensures a stable supply of poultry and eggs for the agri-food industry and consumers, and enables producers to manage their business risk by uniting to negotiate volume with buyers, such as processing companies.

Organizations with government-approved power to manage supply (i.e. marketing boards) have existed in Canada since the 1930s. Initially, there was little interprovincial trade and the boards could operate effectively inside their provincial boundaries. Over time, improvements in transportation and communications allowed interprovincial trade to grow. By the early 1970s, it became clear that rising trade between the provinces would require a national regulatory mechanism and, in 1971, the provincial governments asked the Government of Canada to take up the matter. In 1972, Parliament passed the *Farm Products Marketing Agencies Act* to fulfill this need.

Four national marketing agencies manage the supply of Canadian chicken, turkey, eggs, and broiler hatching eggs. They implement and administer marketing plans, allocate production quotas, and finance their operations through levies, or fees, on all production. The Council approves their orders including allocations and levies, and hears complaints.

Together, these four national marketing agencies have helped the poultry and egg industries to grow. In 2001, for example, consumers spent an estimated \$4.3 billion on poultry meat and eggs. The sector accounted for 13.4% of livestock cash receipts. In addition to the employment created by 4,800 producers, the poultry and egg industries estimated that they employed some 21,500 Canadians at 131 meat-processing plants, 352 egg-grading stations, 78 poultry hatcheries and 34 egg stock hatcheries.



Meeting with the CBHEMA executive

National Marketing Agencies – 2002 in Review

Canadian Egg Marketing Agency (CEMA)

CEMA's long-established On-Farm Food Safety Program drew closer in 2002 to finishing a technical review required by the Canadian Food Inspection Agency. The agency expected to complete the review in 2003. The agency also moved forward toward completing its new Federal-Provincial-Territorial Agreement, which sets out the working arrangements between industry participants and governments.

CEMA also faced a financial challenge during the year as its industrial product program lost \$11.5 million. The agency attributed the loss to a significant rise in industrial product, as well as rising feed prices caused by drought. The agency raised its levy in August, drawing a reminder from the NFPC that CEMA would need to find alternatives to future levy increases.

As well, the agency provided support to the Canadian Agri-Food Research Council for the completion of a new Recommended Code of Practice for the Care and Handling of Pullets, Layers and Spent Fowl.

Canadian Turkey Marketing Agency (CTMA)

In 2002, CTMA set out a plan to assess whether it should allocate production quotas within two weight categories, rather than one, to improve the marketplace balance between supply and demand. The agency will review over three years whether the dual allocation system better responds to market demand for both light and heavy birds.

The agency also redeveloped its "Turkey Tuesday" advertising campaign to promote turkey dishes as versatile, low-fat foods. The television and print campaign will run in 2003 and 2004.

Chicken Farmers of Canada (CFC)

In 2002, CFC became the first national agricultural group to complete the technical review of its On-Farm Food Safety Program. The program, branded "Safe, Safer, Safest," meets the requirements established by the Canadian Food Inspection Agency (CFIA). Producers will implement CFC's program in 2003.

Also, CFC and poultry processors reached agreement on a new methodology for implementing Tariff Rate Quotas (TRQ) in response to higher demand for chicken products not included on the Import Control List. The TRQs allow foreign suppliers access to the Canadian market in accordance with Canada's international trade treaties. The new TRQ methodology was implemented in 2003.

CFC also continued its funding support for research projects. In 2002, the agency donated \$200,000 to the Centre for Poultry Research in Montreal. In addition, CFC continued to support projects through its Research Fund.

Camadian Broiler Harbing Egg Marketing Agency (CBHE)

CBHEMA's On-Farm Food Safety Program progressed in 2002, with the agency stating that it expected to clear the CFIA technical review process early in 2003.

The agency also advanced its Federal-Provincial Agreement and said it expected to complete the agreement in 2003.



Canadian Egg Marketing Agency (CEMA)

CEMA, created in 1972, manages Canada's supply of eggs. Each year, it sets a national production level that meets domestic demand for the table and processing markets. CEMA allocates this quota between the provincial and territorial boards, which then allot quotas to 1,146 registered producers. **Visit CEMA at www.canadaegg.ca**



Canadian Turkey Marketing Agency (CTMA)

CTMA, established in 1974, annually estimates the demand for turkey and allocates this volume among the marketing boards in its eight member provinces (all except Newfoundland and Prince Edward Island). The marketing boards then allot quotas to 542 registered producers. **Visit CTMA at www.canadianturkey.ca**



Chicken Farmers of Canada (CFC)

CFC, set up in 1978 as the Canadian Chicken Marketing Agency, sets a national production level every eight weeks based on demand estimates provided by provincial commodity boards and processors. Its allocation decision provides each board with quotas for allotment to 2,815 registered producers. **Visit CFC at www.chicken.ca**



Canadian Broiler Hatching Egg Marketing Agency (CBHEMA)

CBHEMA, started in 1986, estimates the national demand for broiler hatching eggs and allocates production among its five member provinces (Quebec, Ontario, Manitoba, Alberta and British Columbia). Within each province, a marketing board allots production to registered producers. The national agency also regulates the movement of hatching eggs and chicks between member and non-member provinces. **Visit CBHEMA at www.cbhema.com**

The NFPC in promotion and research

In addition to helping stabilize production and producer income, many provincial and territorial commodity boards carry out a number of other functions. Some promote products, develop new markets and promote new production and management techniques. In 1993, Parliament revised the *Farm Products Agencies Act* to allow the creation of national agencies, funded by levies on domestic and imported products, to conduct promotion and research.

Currently only one such agency exists — the Canadian Beef Cattle Research, Market Development and Promotion Agency.

The Council, as the organization responsible for national farm product agencies, held public hearings on the proposed agency.

Acting on the Council's recommendation, the government established the beef cattle agency in 2002.

The beef cattle agency may become the forerunner of other promotion and research agencies. Interested farm product groups will need to develop an agency proposal and confirm that the idea has enough support among producers. The *Farm Products Agencies Act* sets out a clear role for the NFPC including a requirement for public hearings. The Council looks forward to exploring this concept with interested organizations.



2002 in Review



Meeting with the CFC executive

Canadian Poultry Research Council

As part of its mandate to promote efficient marketing, the NFPC provided \$50,000 to the Canadian Poultry Research Council (CPRC) so it could hold a national symposium. Held in November, the two-day session brought together poultry researchers from government, universities and private corporations to discuss priority research areas.

The research council was established in November 2001 by the four poultry supply management agencies and the Canadian Poultry and Egg Processors Council (CPEPC). It aims to fund and expand poultry science education and research, and to disseminate knowledge to the industry.

Report from the Forum on Global Awareness

During our 30th anniversary year, we issued a key report on the state of global awareness in the poultry and egg industries. The report from the Forum on Global Awareness, published in May, provided clarity and insight into Canada's place in 21st-century poultry and egg markets. The report capped a major project initiated in 2001 that began with an awareness-building conference in Ottawa, and moved through a series of regional seminars that ended early in 2002.

The objective was to engage industry leaders in a dialogue on global trends and strategies. Through presentations and dialogue with today's leading thinkers, participants identified a number of threats and opportunities facing their industries. They also spoke of the need for industry leaders to take up the challenge of developing strategies that will enable Canada to flourish within the new global context. The report includes a number of prescriptions and recommendations from participants.

Middle East Workshop

The Middle East Workshop, held in Toronto in February, again underscored the Council's role in facilitating useful events for industry leaders. With support from Agriculture and Agri-Food Canada, the Council organized an opportunity for poultry processors, further processors, and other food-manufacturing representatives to learn about the growing *halal* market. Six Middle Eastern buyers attended the workshop to inform Canadian participants about opportunities in their markets.

Halal products, prepared in conformity with Islamic law, represent an attractive market in the Middle East, as well as in other regions including North America. The worldwide Muslim population of 1.8 billion is growing faster than the *halal* food supply, creating an excellent opportunity for the Canadian agri-food industry.

Beef Cattle Agency

The Canadian Beef Cattle Research, Market Development and Promotion Agency, created by government proclamation early in 2002, has been laying the foundation for operations that will help beef producers to expand their markets and increase sales. It established its board of directors, and then prepared to introduce a national check-off to support its operations. The beef cattle agency reviewed levy collection systems in each province as part of its preparations.

The new agency will impose levies on domestic and imported beef in order to fund the promotion of beef products and educate consumers about their quality and nutritional profile. The Agency will also fund primary production research.

Agricultural Policy Framework Consultations

The Council's close working relationship with the poultry and egg industries enabled it to ensure good stakeholder representation in consultations carried out for the new Agricultural Policy Framework. Developed by the federal, provincial and territorial governments, the framework also strengthened links between the NFPC and its partners in the federal agricultural portfolio. Council staff worked in closer partnership with other federal departments and agencies, a collaboration that improves service to Canadian agriculture and to Canadians.



Canadian Beef Cattle Research, Market Development and Promotion Agency

The Agency was established in 2002 to increase sales of beef, and to find beef production methods that are better and more efficient.

The agency will finance programs for the industry's benefit through a national check-off. This levy is anticipated to be equivalent to \$1 per head on domestic production and imports of beef cattle, beef and beef products.

The programs are to be operated by the the Beef Information Centre, the Canada Beef Export Federation and the Beef Cattle Research Council to carry out programs on behalf of all producers and importers.



OFFERDING P.

The Council took steps in 2002 to improve its operations by reviewing its approach to governance. The Council held several discussions on its role, the way in which it carries out its duties, and the role of Council members as advocates for the public interest. It also reviewed stakeholder input, including the views of the national marketing agencies, industry associations and provincial supervisory agencies. The governance discussions concluded with the development of a manual on NFPC governance.

Fact book

To help share the success story of supply management with Canadians, the Council developed and published the inaugural edition of Canada's Poultry and Egg Industries, a handy reference guide. The guide illustrates the size and scope of the industries and their contribution to every region of the country. Using data from Agriculture and Agri-Food Canada and Statistics Canada, it includes information about the production and consumption of poultry and egg products in Canada over the past decade. The Council published the guide in order to provide, in one place, an essential perspective on a policy that has unquestionably benefited Canadians in all parts of the country.



Meeting with the CEMA executive

Looking Forward

hrough the second half of 2002, the NFPC engaged in the renewal of its strategic plan. It looked back to 2000, when the current plan was written, to confirm that the Council has been fulfilling its objectives. It also noted the many developments that have occurred since.

Scan

A number of trends became evident as Council surveyed the current environment. Canadian consumers made clear their preference for a diversity of tasty, nutritious, convenient, high quality poultry and egg products. The food safety issues that have emerged in other countries had also registered with Canadians, who were reassured that this country's food is safe and of high quality. Meanwhile, the grocery business moved ahead in concentrating higher retail volumes within larger stores, raising concern about the balance of bargaining power between producers and processors on the one hand and with distributors and retailers on the other. The "bio-economy" era dawned brighter, with science and innovation preparing to transform the market landscape. And the diversity of Canadian consumer

preferences continued to multiply.



Listening to stakeholder

Poultry and egg industry leaders, meeting at the Forum on Global Awareness, identified the need for their industries to pull together under the guidance of a national strategy. The form of this industry strategy will depend on the leadership of the industry itself. In the Forum, and in other discussions, stakeholders encouraged the Council to pursue its approach to knowledge leadership for the poultry and egg industries. This approach places the Council in the role of a national convenor, whose close relationship with industry leaders enables it to promote efficient, ongoing, regular communication and interaction between all stakeholders.

Industry leaders also encouraged Council to support the further development of promotion and research, possibly by allowing existing agencies to perform new functions, as well as through the establishment of new agencies.

NFPC Strategic Plan, 2003-2006

Agencies regulated under the FPAA work in the balanced interest of all stakeholders

Renewed federal-provincialterritorial agreements

Complete federal-provincial-territorial agreements with CEMA, CTMA, and CBHEMA

Up-to-date legislative and regulatory framework

Conduct consultations on the Farm Products Agencies Act

Review the Agricultural Products Marketing Act

LEGEND

Strategic Outcomes

Planned Results

Activity Details

Improved strength, competitiveness, market-responsiveness and profitability of Canadian agriculture and the agri-food industry

Improve market data capture and sharing by industry participants

Develop a database for the poultry and egg industry

Improved consumer-focused collaboration among industry participants and with governments

Develop relationships with food retailers and the food service industry

Develop opportunities for discussions with poultry and egg leaders about trends in the grocery and food-service industries

Improved market knowledge among poultry and egg industry participants and government

Support the industry-led development of an export strategy

Develop opportunities for discussions with poultry and egg industry leaders about innovation

Greater awareness among farm product groups about their opportunity to create promotion and research agencies

Encourage farm product groups to consider the establishment of promotion and research agencies

Initiate discussions with stakeholders about creating new forms of agencies

Improved understanding about the socio-economic contribution of the poultry and egg supplymanagement system.

Support the establishment of a study on supply management in Canada

Improved effectiveness and integrity of administration in step with the requirements of modern comptrollership

Improved effectiveness and integrity of administration by implementing modern comptrollership

Create a pro-comptrollership climate

Conduct a capacity assessment

Improve internal accountability and communication

Develop a succession plan to replace departing staff

Improved capacity to work with agencies, farm product groups and other stakeholders in strengthening Canadian agriculture

Improve internal analytical and prescriptive capacity

Improved understanding within strategic constituencies about Council's oversight role

Improve communications with stakeholders and develop relationships with new strategic constituencies

Goals: 2003-06

As the NFPC developed its strategic plan, it set out three goals to guide its activities over the next three years, and it prepared an agenda to guide its progress. The three strategic goals are to:

- Ensure that marketing and promotion-research agencies regulated and operating under the Farm Products Agencies Act work in the balanced interest of all stakeholders.
- Improve the strength, competitiveness, marketresponsiveness, and profitability of Canadian agriculture and the agri-food industry.
- Realize the efficient, transparent and responsible management of the Council's operations.

These objectives directly support Council's legislated mandate. It will continue to monitor FPAA agencies, advise the Minister of Agriculture and Agri-Food, and work with federal, provincial and territorial partners to strengthen and promote efficient, competitive Canadian agriculture. In fulfilling its mandate, the Council will also support the implementation of the Agricultural Policy Framework.

2003

In 2003, the Council will perform a number of activities to support the attainment of these objectives.

The NFPC will work with industry to provide a reliable infrastructure that enables industry and government to share information. The quality of information within any 21st-century industry is a key success factor and compelling competitive edge. The NFPC and the poultry and egg industries have recognized a gap in their ability to effectively share information about production, consumption, imports and

exports. In 2003, the Council plans to convene discussions with the marketing agencies and stakeholders across the supply chain to develop a common national database available to all industry participants. The goal is to capture and distribute credible, timely information about the marketplace, so that the industries can better meet the increasingly diversified needs of the consumer. This priority initiative has received strong support from the industry leaders consulted in the preparation of the NFPC's plan.



Meeting with the CTMA executive

The Council has also earmarked 2003 as the year to complete the federal-provincial-territorial agreements with the egg, turkey and broiler hatching egg agencies. While the CFC has renewed its agreement, CEMA, CTMA and CBHEMA have been operating under agreements that are more than a decade old. The agencies' operating principles clearly need to be reviewed and updated, and federal and provincial ministers have directed these agencies to review their agreements. As the foundation of the national supply management system, the agreements must keep pace with the marketplace. Their renewal is a priority for the Council.

The Council will review the *Farm Products Agencies Act*, and discuss with national agencies and other stakeholders whether the legislation requires updating. Since Parliament passed the legislation in 1972, it has substantially amended the Act only once, in 1993, to enable the creation of promotion and research agencies. The legislative structure that forms the base for the national marketing agencies and their relationship with Council has not been altered in three decades and may need changes to ensure that it fully addresses the needs of the modern marketplace.



The NFPC will also continue to strengthen its relationship with its provincial and territorial counterparts through NAASA. Here the Council will work to promote strong, efficient and competitive production and marketing while ensuring that the interests of Canadian producers and egg and poultry consumers remain at the forefront of their growth and evolution.

Supporting the Agricultural Policy Framework

The Council's work in 2003 will provide direct support for the implementation of the APF. The supply management system operates to reduce business risk. In completing the remaining federal-provincial-territorial agreements, and in reviewing the *Farm Products Agencies Act*, the Council will ensure the supply management system fits the realities of the modern marketplace. The Council will aim to provide the poultry and egg industries with the optimal regulatory system while balancing the needs of all stakeholders, including consumers.

In the same way, the Council will strengthen the industries' risk-management capacity through its work with NAASA. Ultimately the industries will benefit from improved regulatory coordination between the federal, provincial and territorial governments who share jurisdiction over agriculture.

The development of a statistical database will support the APF goal of renewal and innovation. A common base of knowledge about production, consumption and international trade developments and trends will allow industry and government to improve their marketplace responsiveness.

Modern comptrollership

Internally, the Council will improve its effectiveness and the integrity of its administration. As a public institution, the Council will ensure that its internal operations meet the standards of accountability and communication that are expected of the modern public service. It will also improve its processes, competencies and systems, in line with the standards of modern comptrollership.

Appui au Cadre stratégique pour l'agriculture (CSA)

partagées en matière d'agriculture. territoriaux, qui exercent des compétences gouvernements fédéral, provinciaux et coordination de la réglementation entre les mdustries bénéficieront d'une meilleure travail avec FAVRA. En bout de ligne, les gestion du risque dans le secteur grâce à son De même, le CNPA rentorcera la capacité de particulièrement ceux des consommateurs. meilleur intérêt de tous les intervenants, réglementation qui soit, tout en préservant le la volaille et des oeufs le meilleur régime de CNPA veillera à fournir aux industries de nouvelles réalités du marché d'aujourd'hui. Le correspondre le régime de gestion de l'offre aux sur les offices des produits agricoles, le CNPAfera provinciaux-territoriaux et en révisant la Loi le renouvellement des accords fédérauxde réduire le risque commercial. En terminant Le régime de gestion de l'offre a pour objet soutien direct à la mise en oeuvre du CSA. Le travail du CNPA en 2003 fournira un

Le développement d'une base de données statistique appuiera le but du CPA en matière de renouvellement et d'innovation. Une base commune de connaissances au sujet de la production, de la consommation et des développements et tendances du commerce international permettra à l'industrie et au gouvernement d'améliorer sa capacité de répondre aux besoins du marché.

La fonction moderne de contrôleur

A l'intégrité de son administration. En sa qualité d'organisme public, le CNPA fera en sorte que ses activités internes répondent aux normes de reddition de compte et de communication que l'on attend de la part d'une fonction publique moderne. Le CNPA améliorera ses processus, ses compétences et ses systèmes conformément aux normes de la fonction moderne de contrôle.

Le CNPA examinera la Loi sur les offices des produits agricoles et il entreprendra des discussions avec les offices canadiens et les autres intervenants pour déterminer si cette loi nécessite une mise à jour. Depuis son adoption par le Parlement en 1972, la Loi a été modifiée en profondeur une seule fois, en 1993, afin d'autoriser la création d'offices canadiens de promotion et recherche. La structure législative formant la base des offices canadiens de commercialisation et de leur relation avec le CNPA n'a pas été modifiée en trois décennies et pourrait donc nécessiter des changements pour qu'elle réponde à tous les changements pour qu'elle réponde à tous les



Le CNPA continuera aussi de renforcer ses relations avec ses homologues provinciaux et territoriaux par l'intermédiaire de l'ANRA. Le CNPA s'appliquera à promouvoir l'efficacité et les compétitivité dans la production et dans la les intérêts des producteurs canadiens et des consommateurs d'oeufs et de volaille demeurent un élément prédominant de leur croissance et de leur évolution.

concernant la production, la consommation, les importations et les exportations. Le CNPA prévoit convoquer en 2003 des discussions avec les offices de commercialisation et avec les intervenants tout le long de la chaîne d'approvisionnées nationale commune et disponible à tous les participants de l'industrie. Le but est de saisir et de diffuser des données commerciales asisir et de diffuser des données commerciales industries puissent satisfaire la gamme croissante de besoins des consommateurs. Cette initiative prioritaire a reçu un ferme appui des roissante de l'industrie consommateurs. Cette troissante de l'industrie consommateurs. Cette prioritaire a reçu un ferme appui des préparation du plan du CNPA.



Rencontre avec l'exécutif de l'OCD

un objectif prioritaire pour le CNPA. avec le marché. Leur renouvellement constitue l'offre, les accords doivent évoluer en harmonie Etant le fondement du régime de gestion de offices doivent réviser leur accord respecut. fédéraux et provinciaux ont déclaré que ces et mis à jour, et d'ailleurs les ministres des offices doivent manifestement être révisés d'une décennie. Les principes opérationnels dans le cadre d'accords préparés il y a plus POCCD et POCCOIPC fonctionnent encore PPC aient renouvelé leur accord, l'OCCO, d'incubation de poulet à chair. Bien que les des offices des oeufs, du dindon et des oeufs accords fédéraux-provinciaux-territoriaux marquant la fin du renouvellement des Le CNPA a aussi désigné l'année 2003 comme

Buts stratégiques: 2003-2006

Au cours de l'élaboration de son plan stratégique, le CNPA a établi trois buts qui guideront ses activités au cours des trois prochaines années et il a préparé un programme pour guider ses réalisations. Voici ces trois buts stratégiques :

— Jaine en sorte que les offices canadiens de

Long en sonte que us offices candatens de commercialisation et ceux de promotion et de réglemente la Loi sur les offices des produits agricoles fonctionnent dans le meilleur intérêt de tous les intervenants;

nenforcer le dynamisme, la compétitivité, la sensibilité aux besoins du marché et la rentabilité du secteur agricole canadien et de l'industrie agroalimentaire;

exercer une gestion efficace, transparente et responsable des fonctions du CNPA.

Les objectifs du CNPA appuient directement le mandat que prescrit la Loi. Le CNPA continuera à superviser les offices comme le prescrit la LOPA, à conseiller le ministre de l'Agriculture et Agroalimentaire, et à collaborer avec ses partenaires fédéraux, provinciaux et territoriaux au renforcement et à la promotion d'un secteur agricole efficace et compétitif. Par l'accomplissement de son mandat, le CNPA appuie aussi la mise en oeuvre du Cadre de politique agricole.

2003

En 2003, le CNPA accomplira un certain nombre d'activités à l'appui de ces objectifs.

Le CNPA collaborera avec l'industrie en vue d'établir une infrastructure fiable favorisant l'échange de renseignements entre l'industrie et est un important facteur de succès et un avantage concurrentiel déterminant pour toute avantage concurrentiel déterminant pour toute industries de la volaille et des oeufs ont reconnu la présence d'une lacune dans leur capacité d'échanger efficacement de l'information

Plan stratégique du CNPA : 2003-2006

Efficacité et intégrité de la gestion améliorées et allant de pair avec les exigences de la fonction moderne de contrôleur

Efficacité et intégrité de la gestion améliorées par la mise en oeuvre de la fonction moderne de contróleur

Créer un climat favorable à la fonction moderne de contrôleur

Evaluer la capacité

Améliorer le régime de responsabilisation inteme et la communication

Elaborer un plan pour la relève

Capacité améliorée de travailler avec les offices, les groupes de producteurs et les autres intervenants du secteur agricole canadien

Améliorer la capacité analytique et normative interne

Meilleure compréhension du tôle de supervision du CAPA parmi les intervenants stratégiques

Améliorer les communications avec les intervenants et établir des relations avec les nouveaux intervenants stratégiques

Dynamisme, compétitivité, sensibilité aux besoins du marché et rentabilité accrus du secteur agricole/agroalimentaire canadien

Meilleures saisie et diffusion des données du marché par les participants

Elaborer une base de données pour le secteur volaille/oeufs

Solide collaboration axée sur le consommateur parmi les participants et avec les gouvernements

Instaurer des rapports avec épiciers et services alimentaires

Faciliter les discussions avec les chefs du secteur volaille/oeufs au sujet des tendances en épicene et services alimentaires

Meilleure connaissance du marché parmi les participants du secteur volaille/oeufs et avec les gouvernements

Appuyer le secteur dans l'élaboration d'une stratégie d'exportation

Faciliter les discussions au sujet de l'innovation parmi les chefs du secteur volaille/oeufs

Sensibilisation accrue des autres groupes agricoles à la possibilité de créer des offices de promotion et de recherche

Encourager les autres groupes agricoles à considérer l'établissement d'offices de promotion et de recherche

Discuter de création de nouveaux types d'offices avec les intervenants

Meilleure compréhension de l'apport socio-économique du régime de gestion de l'offre adans le secteur volaille/oeufs

Appuyer la réalisation d'une étude sur la gestion de l'offre au Canada

> Les offices régis par la LOPA travaillent dans le meilleur intérêt de tous les intervenants

Accords fédéraux-provinciauxterritoriaux renouvelés

Terminer les accords fédérauxprovinciaux-territoriaux de l'OCCO, de l'OCCD et de l'OCCOIPC

Cadre législatif et réglementaire nis à jour

Procéder à des consultations portant sur la Loi sur les offices des produits agricoles

Réviser la Loi sur la commercialisation des produits agricoles

LÉGENDE

Acsultat stratégique

Résultat prévu

Activité

Regard vers Pavenir



A l'écoute des manyannes

les intervenants. efficaces, continues et régulières entre tous des communications et des interactions de l'industrie permettent de promouvoir dont les étroites relations avec les chefs de file réserve au CNPA le rôle d'animateur national, de la volaille et des oeufs. Cette démarche ship axé sur la connaissance dans les secteurs CNPA à poursuivre cette démarche de leaderdiscussions, les intervenants ont encouragé le sein de ces secteurs. Lors du Forum et d'autres sera déterminée par le leadership manifesté au La forme que prendra cette stratégie sectorielle efforts dans le cadre d'une stratégie nationale. nécessité que leurs secteurs combinent leurs secteurs de la volaille et des oeufs ont dégagé la sation à la mondialisation, les chefs de file des Lors de leur réunion au Forum sur la sensibili-

création de nouveaux offices. fonctions ou en procédant à la existants à remplir de nouvelles exemple en autorisant les offices promotion et de la recherche, par appuyer le développement de la ont aussi encouragé le CNPA à Les chefs de file de l'industrie

> appliqué à renouveler son plan moitié de 2002, le CNPA s'est out au long de la deuxième

survenus depuis lors. tenu compte des nombreux développements effectivement atteint ses objectifs. Il a aussi été préparé, afin de confirmer qu'il avait 2000, au cours duquel le plan existant a stratégique. Il a tout d'abord regardé à l'an

Analyse de la conjoncture

des structures du marché. En l'innovation amorçant la transformation rapproche de plus en plus, la science et détaillants. Lère de la « bio-économie » se l'autre côté celui des distributeurs et des producteurs et des transformateurs et de entre d'un côté le pouvoir d'achat des qui soulève des craintes concernant l'équilibre magasins de détail de plus en plus grands, ce toujours croissantes de produits dans des sa marche vers la concentration de quantités Entre temps, le secteur de l'épicerie a poursuivi et à la qualité élevée des produits canadiens. pays, mais ils sont rassurés quant à la salubrité alimentaire qui se sont posés dans d'autres préoccupés par les problèmes de salubrité et de qualité élevée. Les Canadiens sont des oeufs ayant bon goût, nutritifs, commodes une large gamme de produits de la volaille et ont clairement exprimé leurs préférences pour ronnement actuel. Les consommateurs canadiens manutestes lorsque le CNPA a examiné l'envi-Un certain nombre de tendances sont devenues

continuent à se multiplier. des consommateurs canadiens même temps, les préférences



Cuide de données

toutes les régions du pays. bénéficie indéniablement aux Canadiens de essentielle concernant une politique qui réunir en un seul document une perspective décennie. Le CNPA publie ce guide afin de des oeufs au Canada au cours de la dernière la consommation de produits de la volaille et de renseignements concernant la production et Canada et Statistique Canada, il offre une mine compilées par Agriculture et Agroalimentaire chaque région du pays. A partir de données et la portée des industries et leur contribution à de la volaille et des oeufs. Le guide montre la taille son utile et commode guide Industrie canadienne élaboré et publié la toute première édition de réussite qu'est la gestion de l'offre, le CNPA a Pour mieux diffuser aux Canadiens la grande

PODMINGSTON

Le CNPA a adopé en 2002 des mesures visant à améliorer son fonctionnement, ce qui a pris gestion publique. Le CNPA a tenu plusieurs discussions concernant son rôle, la façon dont il remplit ses fonctions et le rôle de ses membres à titre de promoteurs de l'intérêt public. Il a aussi examiné la participation des exprimées par les offices canadiens de l'intérvenants, particulièrement les opinions exprimées par les offices canadiens de l'industrie et par les régies agroalimentaires l'industrie et par les régies agroalimentaires gestion publique ont pris fin avec l'élaboration gestion publique ont pris fin avec l'élaboration du manuel de gestion publique du CNPA.



Rencontre avec l'exécutif de l'OCCO

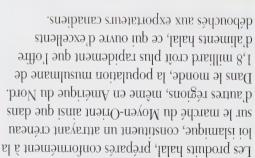


Office de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie

L'Office des bovins a été créé en 2002 pour accroître les ventes de boeuf et pour trouver des méthodes de production du boeuf plus efficaces et plus rentables.

L'Office financera des programmes, qui bénéficieront à l'ensemble du secteur, au moyen d'un prélèvement national. Il prévoit imposer un prélèvement d'environ 1 \$ la tête sur la production intérieure et sur les importations de bovins, de boeuf et de produits du boeuf.

Les programmes seront réalisés par le Centre d'information sur le boeuf, la Canada Beef Export Federation et le Conseil de recherche sur les bovins de boucherie au nom de tous les producteurs et importateurs.



Office de bovins de boucherie

L'Office de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie, créé par proclamation du gouvernement tôt en 2002, a établi une base pour ses opérations qui aideront les producteurs des bovins de boucherie à développer leurs marchés et à augmenter leurs ventes. Il a établi son conseil d'administration et a préparé l'introduction d'un prélèvement pour financer ses opérations. L'Office a examiné des systèmes de prélèvement dans chaque province.

La nouvelle agence imposera des prélèvements aur les ventes intérieures et les importations pour financer la promotion des produits bovins et l'éducation des consommateurs au sujet de la qualité et profil alimentaire de ces produits. L'Office établira une source de fonds stables pour les activités de recherche primaire.

Consultations sur le Cadre stratégique pour l'agriculture

Grâce à ses étroites relations de travail avec les industries de la volaille et des oeufs, le CNPA a réussi à donner une bonne représentation aux intervenants lors des consultations sur le nouveau Cadre de stratégique pour l'agriculture. Élaboré conjointement avec les gouvernements fédéral, provinciaux et territoriaux, le ments fédéral, provinciaux et territoriaux, le entre le CNPA et ses partenaires du portefeuille fédéral de l'agriculture. Le personnel du CNPA a travaillé en étroite collaboration avec les autres a travaillé en étroite collaboration avec les autres ce qui améliore le service rendu au secteur ce qui améliore le service rendu au secteur agricole canadien et aux Canadiens,



Revue de 2002

Rapport du Forum sur la sensibilisation à la mondialisation

Durant notre trentième année d'existence, nous avons publié un important rapport sur la situation de la sensibilisation à la mondialisation dans les secteurs de la volaille et des oeufs. Publié en mai, le Rapport du Forum sur la sensibilisation à la mondialisation a amélioré la connaissance et la compréhension des marchés de la volaille et des oeufs au Canada au XXIe siècle. Le rapport achève un important projet amorcé à Ottawa en 2001 sous forme d'une conférence de sensibilisation, qui a été suivie d'une série de sénimaires tregionaux prenant fin au début de 2002.

L'objectif du projet était d'engager les chefs de l'industrie dans un dialogue sur les tendances et les stratégies en matière de mondialisation. Grâce aux exposés et au dialogue avec les principaux penseurs d'aujourd'hui, les risques et de possibilités pour les deux industries. Ils ont aussi discuté de la nécessité que les chefs de l'industrie relèvent le défi d'élaborer des stratégies qui permettront au Canada de stratégies qui permettront au Canada de s'épanouir dans le nouveau contexte mondial. Le rapport inclut un certain nombre de prescriptions et de recommandations exprimées par les participants.

Atelier sur le Moyen-Orient

Tenu à Toronto en février, l'Atelier sur le Moyen-Orient a de nouveau marqué le rôle du CNPA en animation d'utiles activités destinées aux chefs de file de l'industrie. Avec le soutien d'Agriculture et Agroalimentaire Canada, le transformateurs, des surtransformateurs et des autres fabricants d'aliments à base de volaille à un atelier visant à les sensibiliser au marché croissant de la viande halal. Six acheteurs du capacité des viande halal. Gix acheteurs du croissant de la viande halal. Gix acheteurs du croissant de la viande halal. Gix acheteurs du capacité des ouvertures sur leur marché.



Rencontre avec l'exécutif des PPC

Coment de recherche avicole

Dans le cadre de son mandat visant à promouvoir la commercialisation efficace, le CNPA a versé la somme de 50 000 \$ au CRAC afin qu'il puisse offrir le symposium national. Tenu en novembre, la session de deux jours a réuni des chercheurs spécialisés en volaille, qui provenaient du gouvernement, des universités et de sociétés privées, pour des universités et de sociétés privées, pour discuter des secteurs prioritaires de recherche.

Le CRAC a été établi en novembre 2001 par les quatre offices canadiens de gestion de l'offre dans le secteur de la volaille et des oeufs, ainsi que par le Conseil canadien des transformateurs d'oeufs et de volailles (CCTOV). Le CRAC a pour objet de fournir un appui financier et de favoriser l'expansion des activités d'éducation et de recherche en sciences de la volaille, ainsi que de diffuser dans toute l'industrie les sinsi que de diffuser acna toute l'industrie les connaissances acquises.

Rôle du CAPA en promotion et en recherche

En plus de contribuer à la stabilisation de la production et du revenu des producteurs, les nombreux offices provinciaux et territoriaux remplissent un certain nombre d'autres fonctions. Certains offices font la promotion de produits, développent de nouveaux marchés et stimulent l'adoption de nouvelles méthodes de produits, et de gestion. En 1993, le Parlement a révisé la Loi sur les offices des produits agricoles alin de permettre la création d'offices canadiens voués à la promotion et à la recherche de produits agricoles au moyen de prélèvements aur produits agricoles au moyen de prélèvements aux produits agricoles au moyen de sur les importations.

Actuellement, il existe un seul office de ce genre, l'Office de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de poucherie. Le CNPA, à titre d'organisme responsable des offices canadiens de produits agricoles, a tenu des audiences publiques sur le bien-fondé de créer l'office proposé. Sur la base de la recommandation du CNPA, le gouvernement a établi l'Office des bovins gen 2002.

Doffice des bovins pourrait devenir le précurseur d'autres offices canadiens de promotion et de recherche. Les groupes responsables de produits agricoles, qui sont intéressés, doivent préparer une proposition de création d'un office et confirmer que leur projet reçoit l'appui d'un nombre suffisant de producteurs. La Loi sur les offices des produits agricoles précise les fonctions audiences publiques. Le CNPA s'empressera audiences publiques. Le CNPA s'empressera organisme intéressé.

■ Org



(000) stugo est noitecialisation des oeuts (000)

commercialisation provinciaux et territoriaux, qui répartissent ensuite leur propre contingent consommation et de transformation. L'OCCO répartit ce contingent entre les offices de niveau national de production en fonction de la demande intérieure des marchés d'oeufs de LOCCO, créé en 1972, gère l'offre d'oeufs au Canada. Chaque année, cet office établit le

Consultez le site de l'OCO www.canadaegg.ca. entre les 1 146 producteurs enregistrés.

(0300) nobnib ub noitezilaisammos eb neibanas esitto

l'île-du-Prince-Edouard). Les offices provinciaux de commercialisation répartissent ensuite entre les huit offices des provinces membres (toutes les provinces saut Terre-Neuve et L'OCCD, établi en 1974, estime annuellement la demande de dindon et répartit cette quantité

Consultez le site de l'000 www.canadianturkey.ca leur contingent entre les 542 producteurs enregistrés.

(1997) Producteurs de poulet du Canada (1998)

que les offices répartissent ensuite entre les 2 815 producteurs enregistrés. les transformateurs. Suite à cette décision, les PPC déterminent les contingents provinciaux, demande estimative communiquée par les offices provinciaux de commercialisation et par établissent le niveau national de production à intervalles de huit semaines en fonction de la Les PPC, créés en 1978 sous le nom d'Office canadien de commercialisation du poulet,

Consultez le site des PPC www.chicken.ca.

poulets de chair (OCCOIPC) Office canadien de commercialisation des oeufs d'incubation de

poussins entre les provinces membres et les provinces non réglementées. enregistrés. En outre, l'OCCOIPC réglemente le mouvement d'oeufs d'incubation et de un office de commercialisation répartit le contingent provincial entre les producteurs (Québec, Ontario, Manitoba, Alberta et Colombie-Britannique). Au sein de chaque province, et répartit son contingent de production entre les cinq provinces qui en sont membres L'OCCOIPC, créé en 1986, estime la demande nationale d'oeufs d'incubation de poulet à chair

Consultez le site de l'OCCOIPC www.chhema.ca.













Offices canadiens de commercialisation - Revue de 2002

mets à base de dindon polyvalents et à faible teneur en gras. La campagne, sous forme tant télévisée qu'imprimée, se déroulera en 2003 et 2004.

Productours de pontet du Canada (FPC)

En 2002, les PPC ont été le premier organisme canadien de produits agricoles à terminer l'examen technique du programme de salubrité alimentaire à la ferme. Appelé « Salubre, plus salubre, encore plus salubre », le programme des PPC répond aux exigences établies par l'ACIA. Les producteurs mettront en oeuvre le producteurs mettront en oeuvre le

Les PPC et les transformateurs de volaille ont conclu une entente concernant une nouvelle méthode pour mettre en oeuvre les contingents tarifaires en réponse à une demande plus élevée de produits du poulet non inscrits sur la Liste des importations contrôlées. Les contingents tarifaires permettent aux fournisseurs étrangers d'accéder au marché canadien en vertu des traités commerciaux internationaux signés par le Canada. La nouvelle internationaux signés par le Canada. La nouvelle méthode a été mise en oeuvre en 2003.

Les PPC ont aussi continué à fournir leur appui financier aux projets de recherche. En 2002, cet office a versé 200 000 \$ au Centre de recherche avicole de Montréal. En outre, les PPC ont continué à appuyer des projets grâce à leur bonds de recherche.

Office canadom de commewfallenton des oeuts d'incubation de ponten de chair (OCCORE)

En 2002, l'OCCOIPC a réalisé des progrès pour son programme de salubrité à la ferme et il s'attend à terminer l'examen technique requis par l'ACIA au début de 2003.

DOffice a aussi avancé vers le renouvellement de son Entente fédérale-provinciale-territoriale et s'attend à le mener à terme en 2003.

Office canadien de commercialisation des oeufs (OCCO)

En 2002, POCCO a poursuivi l'examen technique exigé par l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) pour son programme de salubrité alimentaire à la ferme, qui fonctionne depuis plus d'une décennie sous le nom Propreté d'abord, propreté toujours. L'Office s'attend à travaillé au renouvellement de son Accord fédéral-provincial, qui établit les aspects opérationnels entre les participants de l'industrie.

LOCCO a dû relever tout un défi financier durant l'année, son programme de produits industriels ayant subi une perte de 11,5 millions actroissement des produits industriels et à de fortes hausses du coût des aliments pour animaux à cause de la sécheresse. L'OCCO a augmenté son prélèvement en août, ce qui a angmenté le CNPA à lui rappeler qu'il devait trouver des solutions autres que les hausses du prélèvement à l'avenir.

En outre, l'OCCO a appuyé le Conseil de recherches agroalimentaires du Canada dans la préparation de son nouveau Code de protiques recommandées pour la manipulation des volailles du couvoir à l'abattage.

Office canadien de commercialisation du dindon (OCCD)

En 2002, POCCD a établi un plan visant à évaluer le bien-fondé d'attribuer les contingents de production en fonction de deux catégories de poids plutôt qu'une seule, afin d'améliorer sur le marché l'équilibre entre l'offre et la demande. L'OCCD examinera au cours d'une période de trois ans ai le système à doubles contingents répond mieux à la demande du marché pour répond mieux à la demande du marché pour les oiseaux de poids léger et de poids lourd.

L'Office a remanié sa campagne de publicité « Les mardis dindon » afin de promouvoir des

Quatre offices canadiens gèrent l'offre de produits canadiens du poulet, du dindon, des oeufs et des oeufs d'incubation de poulet à chair. Ils mettent en oeuvre et administrent les plans de commercialisation, attribuent les contingents de production et paient leurs dépenses de donctionnement au moyen de prélèvements ou droits imposés sur toute la production. Le de ces offices, notamment en matière de ces offices, notamment en matière de contingentement et de prélèvement, en plus d'entendre les plaintes interjetées.

Ensemble, les quatre offices canadiens de commercialisation ont contribué à la croissance du secteur de la volaille et des oeufs. En 2001, par exemple, les consommateurs ont acheté de la viande de volaille et des oeufs pour une sgénéré 13,4 % des recettes agricoles tirées des produits animaux. Outre les emplois créés par produits animaux. Outre les emplois créés par et des oeufs estiment qu'elles permettent à quelque 21 500 canadiens de travailler dans 131 usines de transformation de la viande, dans 352 postes de classement d'oeufs, dans 181 usines de transformation de la viande, dans 362 postes de dessement d'oeufs, dans aujets de reproduction.

oago) op minsaf et ia valvo or

La gestion de l'offre a pour objet d'harmoniser la production canadienne et les importations d'un produit agricole à la demande pour ce nement stable vise à fournir un approvision-nement stable de volaille et d'oeufs à l'industrie agroalimentaire et aux consommateurs, ainsi agroalimentaire et aux consommateurs, ainsi commercial en s'unissant pour négocier les quantités avec les acheteurs, comme les sociétés de transformation.

répondre à ce besoin. commercialisation des produits de ferme pour le Parlement a adopté la Loi sur les offices de du Canada de régler la question. En 1972, provinciaux ont demandé au gouvernement réglementation et, en 1971, les gouvernements provinces nécessitait un régime national de l'accroissement du commerce entre les années 70, il est devenu manifeste que du commerce interprovincial. Au début des et de communications ont facilité la croissance ans, les progrès réalisés en matière de transport au sein de leur territoire provincial. Au fil des et les offices pouvaient fonctionner efficacement commerce interprovincial n'était guère développé, au Canada depuis les années 30. Au début, le (c.-à-d. les offices de commercialisation) existent gestion de l'offre autorisés par le gouvernement Les organismes disposant de pouvoirs de



Rencontre avec l'exécutif de l'OCCOIPC



pouvoirs sur leur propre marché intraprovincial, tandis que le gouvernement fédéral fait de même pour les marchés interprovincial et international.

En dernier lieu, le CNPA entretient des relations interactives avec les secteurs agricole et agroalimentaire par l'intermédiaire des offices canadiens, des associations de l'industrie et des chefs de file de l'industrie. Les offices canadiens utilisent les pouvoirs que leur assume une fonction de supervision pour confirmer que les offices canadiens s'acquittent mandat pour lequel ils ont été créés. Ce mandat est de promouvoir le dynamisme, l'efficacité et la compétitivité en matière de production et de commercialisation dans le meilleur intérêt à la fois des producteurs et des consommateurs.

En pratique, le CNPA est l'organisme fédéral responsable de quatre offices de gestion de l'offre (oeufs, poulet, dindon et oeufs d'incubation de poulet à chair). En outre, le CNPA surveille les activités de l'Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie, ainsi que de tout autre éventuel office établi en vertu de la Loi sur les offices des produits agricoles.

À propos du CNPA

Le CNPA assume la responsabilité de superviser les activités des cinq offices canadiens établis en vertu de la Loi sur les offices des produits agricoles, et il administre en outre les ordonnances et les règlements pris en vertu de la Loi sur la commercialisation des produits agricoles.

Le mandat du CNPA repose sur des relations avec trois intervenants.

Au sein du gouvernement du Canada, le CNPA conseille le ministre de l'Agriculture et Agroalimentaire concernant toute question relative aux activités des offices canadiens établis en vertu de la Loi sur les offices des promouvoir l'efficacité et la compétitivité du secteur agricole. Le CNPA relève directement agricole. Le CNPA relève directement promouvoir l'efficacité et la compétitivité du secteur agricole. Le CNPA relève directement secteur agricole. Le CNPA relève directement ascrieulle de l'agriculture et coordonne ses activités avec celles des autres ministères fédéraux.

Le CNPA entretient des consultations avec les gouvernements provinciaux et territoriaux, car la Constitution partage les compétences en matière d'agriculture entre ces gouvernements et le fédéral. En pratique, les gouvernements provinciaux et territoriaux exercent leurs

Agriculture et agroslimentaire Canada (DAA)

Conseil national des produits agricoles (CAPA)

Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA)

Commission canadienne des grains (CCG)

Commission canadienne du lait (CCL)

Financement Agricole Canada (CAT)

L'Association national des régies astralimentaires (ARNA)

Le Conseil et ses homologues, les régies hyvinciales et territoriale bruvent l'ANRA. Le groupe assure la coordination réglementation. L'ANRA réglementation. L'ANRA est le lien fondamental du Conseil avec les gouvernements provincial et territoriaux.

Gouvernements provinciaux et territoriaux

Régies agricoles



əirtenbul

Offices nationaux et sinces industrielles

En 1993, le Parlement a enchâssé le concept d'offices de promotion et de recherche dans la loi, et il a assigné au CNPA le rôle de supervision de tels offices. En 2002, le CNPA a commencé à examiner le bien-fondé de créer un cinquième office canadien, l'Office de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie.

fonctions du CNPA. offices canadiens qui forment le noyau des aucun de ces groupes n'est compris parmi les d'étable et les produits forestiers. Toutefois, le lait, le porc, les légumes, les fruits, le sirop produits agricoles à l'échelle du pays, notamment de plus nombreux groupes responsables de administrative a mis le CNPA en contact avec propre province. Cette responsabilité exerçant les pouvoirs équivalents dans leur des offices provinciaux de commercialisation commerce interprovincial et d'exportation à sert à déléguer les pouvoirs fédéraux sur le commercialisation des produits agricoles. Cette loi la responsabilité d'administrer la Loi sur la canadiens, le CNPA s'est fait confier en 1995 Outre ses fonctions touchant les offices

Pour l'exécution de ses opérations courantes, le CNPA a adopté la structure qu'il utilise encore de nos jours. Le CNPA était initialement un organisme décisionnel formé de six membres, dont quatre à temps plein. Au fil des ans, le ses compétences et d'assurer une meilleure représentation géographique, ce qui l'aiderait à surveiller les offices supplémentaires. De concert avec cette expansion, le CNPA en est concert avec cette expansion, le CNPA en est venu à compter un seul membre à temps plein. Ainsi, la présidente est la seule membre à temps plein. Pien du CNPA.

et autres ministères

letédéral

Partenaires du portefeuille

Gouvernement

Le concept fondamental du fonctionnement du CNPA – celui d'un organisme géré par l'industrie dans un cadre de supervision gouvernemental – s'est avéré fort bien adapté dès le départ. Avec le temps, il est devenu manifeste qu'un office pouvait aussi accomplir des fonctions autres que la commercialisation méthodique de denrées agricoles. Une idée mise de l'avant était qu'un office puisse utiliser les ressources d'un groupe office puisse utiliser les ressources d'un groupe des activités de recherche et de développement de nouveaux produits et pour trouver de nouveaux modes de promotion.

Le CNPA à 30 ans : la croissance au Canada

de commercialisation disposant du pouvoir de réglementer le commerce interprovincial et d'attribuer des contingents de production aux provinces. Il a créé le CNPA afin de veiller à ce que ces offices fonctionnent veiller à ce que ces offices fonctionnent consommateurs et des producteurs.

Évolution

Le nouveau CNPA s'est attelé à la tâche dès as création. Sur la base des recommandations proposées par le CNPA, le gouvernement a établi l'Office canadien de commercialisation de quatre éventuels offices canadiens de commercialisation fonctionnant sous la supervision du CNPA.

Deux ans plus tard, en 1974, le gouvernement a créé l'Office canadien de commercialisation du dindon. L'Office canadien de commercialisation du poulet, devenu ultérieurement les Producteurs de poulet du Canada, a été établi en 1978. Puis, l'Office canadien de commercialisation des oeufs d'incubation de poulets de chair a commencé son existence en 1986.

Origines

Il y a trente ans, le gouvernement canadien a créé le Conseil national des produits agricoles (CNPA). Son but était de favoriser la stabilisation du commerce des produits agricoles entre les provinces.

Au sein des provinces, les offices de commercialisation réussissaient, dans certains cas depuis des décennies, à stabiliser les approvisionnements et les prix de nombreuses denrées agricoles. Mais le commerce entre les provinces n'était pas réglementé ni coordonné. Avec les progrès réalisés dans les secteurs du transport et des communications, les distances entre les marchés sont devenues secondaires, et la compétition accrue entre les producteurs et entre les transformateurs a résulté en fluctuations des approvisionnements et des prix.

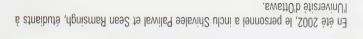
En 1972, le Parlement a relié les pouvoirs intraprovinciaux de commercialisation aux pouvoirs fédéraux en matière de commerce interprovincial et d'exportation. Il a habilité les organismes responsables de denrées agricoles à se regrouper en offices canadiens agricoles à se regrouper en offices canadiens



Le personnel



Le personnel du CNPA, de gauche à droite : Lise Leduc, Pierre Bigras, Keith Wilkinson, Carole Hotte, Laura Leckie, Reg Milne, Patricia Lepage, Terry Hayward, Louise Séguin, Jurgen Schiffer, Lisette Wathier, Carola McWade, John Kirk.







Le CNPA

David Coburn, membre (1998-2002)

pour la région de l'Atlantique. College. En 1995, lui et sa femme, Karen Coburn, ont reçu le prix Outstanding Young Farmers de l'agriculture du Nouveau-Brunswick et agrégé honoraire du Nova Scotia Agricultural sixième génération, à Keswick (Nouveau-Brunswick). Il est ancien président de la Fédération David Coburn gère la société W.B. Coburn & Sons, une exploitation familiale qui en est à sa



Félix Destrijker, membre (2001-2004)

Inc., à St-Hyacinthe. 8 Breton Enr., à St-Bernard; et, la société de transformation et de surtransformation d'oeufs Vitoeuf La Perme Hellebecq, a St-Ludger; le distributeur d'oeufs et de produits connexes Les Oeufs Blais (Québec), M. Destrijker co-possède quatre entreprises : les producteurs de volaille Avibeau Inc. et la Fédération des producteurs d'oeufs de consommation du Québec. Résident de St-Ludger administrateur de l'Union des producteurs agricoles du Québec et ancien vice-président de Félix Destrijker est ancien président de l'Office canadien de commercialisation des oeufs, ancien



Maurice Giguère, membre (2001-2004)

et de l'Association des manufacturiers de produits alimentaires du Québec. commercialisation du dindon, du Conseil canadien des transformateurs d'oeufs et de volailles avicoles du Québec et ancien membre du conseil d'administration de l'Office canadien de l'Association des MBA du Québec, il est ancien président de l'Association des abattoirs recherche, de développement et de transfert technologique en acériculture. Membre de Maurice Giguère, un résident d'Otterburn-Park (Québec), est directeur général du Centre de



John A. (Sandy) McCurrach, membre (1998-2004)

la C.-B. et de l'Association de l'industrie des aliments pour animaux de la C.-B. canadien de commercialisation du dindon, de l'Office de commercialisation du dindon de Ranch, à Kamloops (Colombie-Britannique). Il est ancien membre exécutif de l'Office Sandy McCurrach possède et exploite les entreprises Purity Feed Co. Ltd et Jamieson Creek



Michel Veillette, membre (1998-2008)

du ministre des Affaires des consommateurs et des Affaires commerciales de 1984. l'industrie laitière du Québec, M. Veillette a été député fédéral et secrétaire parlementaire vice-président des Produits laitiers J.A. Baribeau Ltée. Ancien président du Conseil de et d'André Frappier Inc., fabricants et distributeurs de fromages affinés. Il est en outre Michel Veillette, résident de Cap-de-la-Madeleine (Québec), est ancien président de Froma-Dar Inc.



Le CNPA

etneiens présidents

(972 - 1979)

esiznsM snut (8861 - 6761)

oine8 dgleA (1661 - 2861)

| (1991 - 1991)

Membras

Le Conseil national des produits agricoles (CNPA) est composé d'au moins trois et d'au plus neuf membres. Au moins la moitié des membres doivent être des producteurs primaires au moment de leur nomination, selon la loi en vertu de laquelle a été créé le CNPA. Le Cabinet nomme les membres pour un mandat de deux à cinq ans. La présidente est la seule membre à temps plein du CNPA.

Cynthia Currie est depuis 1997 présidente du Conseil national des produits agricoles, dont elle est la seule membre à temps plein. Auparavant, elle a été directrice génèrale de l'Office canadien de commercialisation du poulet, maintenant appelé Producteurs de poulet du Canadien de commercialisation des produits agroalimentaires et du Groupe de consultation sectorielle sur le commerce extérieur - Agriculture, aliments et boissons. Elle habite à Ottawa.



Ron O'Connor, mesperate (1955-2004)

Ron O'Connor a été nommé au Conseil national des produits agricoles en 1998, et il en est devenu vice-président en 1999. Résident de Shelburne (Ontario), M. O'Connor possède et exploite l'entreprise Im-Ron Farms Limited. Il est ancien président des Producteurs de poulet de l'Ontario et a siégé à de nombreux comités de l'industrie des oeufs et du poulet en Ontario.



Lorraine Arnett, www.hards.zuell

Avec les membres de sa famille, qui sont ses associés, Lorraine Amett possède et exploite une ferme mixte de 345 acres près de Durham (Ontario), dont un poulailler, une entreprise de naissage de bovins et une autre de culture commerciale. Elle est contrôleure de Bert Fisher Farms Ltd., de Fisher Feeds Ltd. et de sociétés affiliées à Listowel (Ontario).



Anne Chong Hill, mander (1998 2004)

Anne Chong Hill est co-fondatrice et présidente de la société Global Gourmet Foods lnc. de la Colombie-Britannique, qui fournit des produits alimentaires aux chaînes de magasins et aux grands établissements. Elle est membre du Conseil canadien de commercialisation des produits agroalimentaires et du Conseil consultatif auprès du ministre de l'Agriculture, des aliments et des pêcheries de la Colombie-Britannique.



Message de la présidente

u fur et à mesure que le Canada s'est développé et diversifié durant les trente dernières années, l'industrie qui l'alimente a fait de même. Il y a trente ans, le Parlement a habilité les offices canadiens à stabiliser

les approvisionnements et les prix, qui connaissaient alors de fortes fluctuations, et il a créé du même coup le Conseil national des produits agricoles à titre d'organisme de supervision responsable de veiller à ce que le régime fonctionne dans le meilleur intérêt de tous les intervenants, depuis les producteurs jusqu'aux consommateurs.

Travaillant de concert dès le départ, le gouvernement et l'industrie ont réalisé de grands progrès. Les marchés ont été stabilisés, et les prix sont devenus plus prévisibles, minimisant ainsi le risque commercial et ouvrant de nouvelles possibilités dans toutes les régions du pays. Le régime a pris de la maturité, et les producteurs de même que les transformateurs ont pu relever le défi de répondre aux besoins des consommateurs canadiens. Enrichis par nos voyages répondre aux besoins des consommateurs canadiens. Enrichis par nos voyages

à l'étranger, par notre réseau moderne de communications et par la contribution des nouveaux Canadiens, nous avons élargi notre éventail de goûts.

Les défis à relever aujourd'hui sont complexes. Producteurs, transformateurs et surtransformateurs canadiens doivent livrer sur le marché des aliments ayant bon goût, commodes, à prix raisonnables, de qualité élevée et présentés sous de nombreuses formes. Ils améliorent tous les maillons de la chaîne d'approvisionnement et restent à l'affût de démarches novatrices pour répondre aux besoins des consommateurs.

L'innovation s'applique aussi à notre propre travail. Le concept d'offices canadiens supervisés par un organisme gouvernemental a maintenant été élargi à la promotion et à la recherche par l'établissement de l'Office de recherche, de développement des marchés et de promotion des pour assurer une source stable de fonds aux activités de recherche, de développement des marchés et de promotion. J'invite tous les autres groupes de producteurs à examiner quels avantages ils pourraient retirer de la création de leur propre office et la possibilité que le concept d'office réponde à leurs besoins.

Fort de ses 30 ans d'existence, le Conseil national des produits agricoles demeure un organisme particulier et remarquable qui réunit à la fois compétences en matière de politiques gouvernementales et connaissances du marché. Je remercie les membres et le personnel du CNPA, qui ont apporté une excellente contribution.

Le défi d'approvisionner un marché aussi diversifié et complexe que celui d'aujourd'hui aurait probablement été impossible à relever il y a trente ans. Aujourd'hui, l'agriculture canadienne sait relever ce défi, et son partenariat avec les gouvernements continue à porter fruit. Pour ma part, je suis honorée de déclarer que le régime continue à bien fonctionner dans le meilleur intérêt de

tous les Canadiens.

Come

yne

Veiller à ce que le régime fonctionne dans le meilleur intérêt de tous les intervenants, depuis les producteurs jusqu'aux consommateurs.



- Conseiller le ministre de l'Agriculture et Agroalimentaire concernant tous les aspects relatifs aux offices établis en vertu de la Loi, en vue de maintenir et de promouvoir un secteur agricole efficace et compétitif.
- Surveiller les activités des offices de commercialisation afin de s'assurer qu'ils réalisent les objectifs énoncés à leur égard dans la Loi.
- Coopérer avec les offices à promouvoir une commercialisation plus efficace des produits agricoles sur les marchés interprovincial et d'exportation.
- Coopérer avec les offices de promotion et de recherche aux activités de recherche en production primaire et à celles de promotion de denrées agricoles réglementées.

Créé en 1972, le CNPA est un organisme faisant partie du portefeuille d'Agriculture et Agroalimentaire Canada. Il relève directement du Parlement par l'intermédiaire du ministre de l'Agriculture et Agroalimentaire,

Message du ministre



Agroalimentaire de l'Agriculture et Agroalimentaire du Canada, il me fait plaisir de constater le succès remporté par le Conseil national des produits agricoles (CNPA) au cours

Le CNPA, par son étroite collaboration avec les industries de la volaille et des oeufs, a contribué à réduire le risque commercial et à stabiliser les approvisionnements raisonnables. La collaboration qu'il a amorcée avec le nouvel Office de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie aidera les producteurs canadiens à étendre leurs marchés

Les réalisations des industries régies par les offices sont cruciales au succès du Cadre stratégique pour l'agriculture, qui vise à propulser l'agriculture canadienne parmi les chefs de file mondiaux de la salubrité et de la qualité alimentaires, de la production respectueuse de l'environnement et de l'innovation. En outre, elles rehaussent le rendement d'un secteur qui joue un rôle prépondérant dans l'économie canadienne.

actuels et à saisir de nouvelles possibilités.

de ses trente ans d'existence.

Le secteur agroalimentaire est de nos jours le troisième en importance au pays quant au nombre d'emplois, et il apporte une contribution prépondérante à la qualité de vie fait sa part pour renforcer le dynamisme et la compétitivité de l'agriculture canadienne au XXIe siècle.



onl ebene3 me9T - onl ebene3 eqlup $\bar{\mathbf{J}}$

Edifice Canada, 10e étage 344, rue Slater Ottawa (Ontario) KIR 7Y3 Téléphone : (613) 995-6752 Télécopieur : (613) 995-2097

© Ministre des travaux publics et des Services gouvernementaux Canada, 2003

Courrier électronique: aprendit sagregces

Site web: http://www.nfpc-cnpa.gc.ca

Numéro de catalogue A99-2/2002 ISBN : 0-662-67239-9



e boucherie bovins de boucherie bovins de boucherie bovins de à chair oeuts d'incubation de poulet à chair oeuts d'incubation d voulet poulet poulet poulet poulet poulet poulet poulet poulet nobnib nobnib nobnib nobnib nobnib nobnib nobnib nobnib singo singo singo singo singo singo singo singo bovins de boccherie bovins de bouchane bovins de d'incubation de poulet à chair oeule aincubation d vet poulet poulet poulet poulet roule^t pou vobrib nobnib nobnib nobnib nob b string the bound of the string of the stri k noitedupni'b stu nod teluog teluog teluog robnib nobnib ne bnih nobni. st 190 stugo stugo stugo stugo stato stugo st teti 🧦 🖍 ins de boucherie bovins de b arraduoni'b etueo riedo é teluoq eb noiteda ulet poulet poulet poulet poulet poulet pc u no dinden dinden dinden dinden dinden dinden stugo et 190 et 150 et ovins de bacaherie bovins de boucharie bovins de d chair oeuts d'incubation de poulet à génér ceuts d'incubation d ulet poulet poulet poulet poulet poulet poulet npoud səp **Sonseil** national yod əirənəuod ə icubal oulet poulet poulet poulet poulet poulet poulet poulet poulet nobnib nobnib nobnib nobnib nobnib nobnib nobnib nobnib nobnib singo singo singo singo singo singo s



CA1 DB35 - A56

National Farm Products Council

PATELLY DATE OF THE YEAR







Table of Contents

ssion
andate4
nairperson's Message
ne Staff
Balancing Stakeholder Interests 7 Poultry Markets Information Working Group 7 Federal Provincial Agreements 8 Working with NAASA 9 Working with the Agriculture and Agri-Food Portfolio 9 Improving Performance 10 Developing the NFPC Governance Manual 10 Implementing Modern Comptrollership 10 Human Resources Planning 10 Risk Management 11 Renewing Communications 11 Working to Strengthen the Industry 12 Brazil Mission 12
The Canadian Beef Cattle Research, Market Development and Promotion Agency 13 Canadian Egg Marketing Agency (CEMA) 13 The Canadian Broiler Hatching Egg Marketing Agency (CBHEMA) 14 Canadian Turkey Marketing Agency (CTMA) 15 Chicken Farmers of Canada (CFC) 16
ne Agencies at a Glance
ooking Forward

Mission

To ensure that the national orderly marketing of farm products works in the balanced interest of all stakeholders, from producers to consumers.



Mandate

To advise the Minister of Agriculture and Agri-Food on all matters relating to the agencies established under the *Farm Products Agencies Act*, with a view to maintaining and promoting an efficient and competitive agriculture industry.

- To review the operations of the marketing agencies to ensure that they meet their objectives as set out in the legislation.
- To work with the agencies in promoting more effective marketing of farm products in interprovincial and export trade.
- To work with promotion-research agencies in connection with primary production research and the promotion of regulated farm products.

Created in 1972, the National Farm Products Council reports directly to Parliament through the Minister of Agriculture and Agri-Food and is an agency within the Agriculture and Agri-Food Canada portfolio.

The Agriculture and Agri-Food Portfolio

Agriculture and Agri-Food Canada (AAFC) National Farm Products Council (NFPC) Canadian Dairy Commission (CDC) Canadian Food Inspection Agency (CFIA) Canadian Grain Commission (CGC) Farm Credit Canada (FCC)

Canada Building, 10th Floor, 344 Slater Street Ottawa, Ontario K1R 7Y3 Phone: (613) 995-6752 Fax: (613) 995-2097 Web site: http://www.nfpc-cnpa.gc.ca E-mail: nfpcweb@agr.gc.ca

© Minister of Public Works and Government Services Canada, 2004

Cat. No. A99-2/2003 ISBN: 0-662-67859-1



Chairperson's Message

2003 was a busy but eventful year and year one of our new strategic plan. We worked on a more streamlined way of doing our business, undertook projects associated with Modern Comptrollership, improved our communications with stakeholders and expanded our knowledge of global issues affecting agriculture.

We helped the beef industry operationalize its promotion and research agency, attended meetings of provincial poultry and egg commodity boards, met with our provincial-territorial counterparts and traveled to Brazil to learn more about that country's agricultural industry.

Throughout the year we monitored issues facing the poultry and egg agencies, and reflected on the impact that consolidation,

mergers and new partnerships in the processing and further processing sector would have on the poultry industry. We also followed events unfolding in international trade negotiations and, at year's end, grappled with an unusually high number of complaints lodged against the marketing agencies we oversee.

The National Farm Products Council plays an important role in working with the supply-management agencies, stakeholders and governments to ensure that Canada's poultry and egg industry remains vibrant, supplying consumers with high quality products. Council members and staff have a wealth of knowledge and experience and I deeply appreciate the extent of their contributions and strength of their support.

These are challenging and exciting times. We have a new federal administration determined to make a difference in the way Canada functions and an industry-government partnership with over thirty years of experience. The value of cooperation is well understood by our stakeholders and I am confident that together we can deal with the challenges we face today and seize the opportunity that tomorrow holds.

(yuse is

Cerne

Cynthia Currie

The Staff

Council Staff



The National Farm Products Council has a dedicated staff working to support the Council's work with the Canadian poultry, egg and beef industries. During Public Service Week in 2003 it was noted that Council staff had a combined service of 333 years. Many staff have been with Council for the majority of their public service careers. This has resulted in a staff with expertise in a number of fields supporting Council in its work with the Agencies operating under the Farm Products Agencies Act.

The Public Service Commission in its 2003 Report to Parliament noted that the National Farm Products Council provided a good example of a small agency linking human resources directions, learning needs, staffing and employment equity strategies with business lines and organizational performance.



Members

The National Farm Products Council is composed of at least three members, and may have up to nine. At least half of them must be primary producers at the time of their appointment, according to the legislation that created the Council. The Cabinet appoints them to terms of two to five years. The Chairperson is the only full-time Council member.



Carola McWade, John Kirk, Keith Wilkinson. Inset: Patricia Lepage.

Student Photos





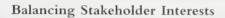
Taf Mohammad

Thierry Saumure (photo not available)

National Farm Products Council—2003 in Review

One year into its 2003-2006 strategic plan, the NFPC has made excellent progress in meeting the goals set out in the three-year plan. The three strategic goals are to:

- Ensure that marketing and promotion-research agencies regulated by and operating under the Farm Products Agencies Act (FPAA) work in the balanced interest of all stakeholders.
- Improve the strength, competitiveness, market-responsiveness, and profitability of Canadian agriculture and the agri-food industry.
- Realize the efficient, transparent and responsible management of the Council's operations.



One of the great accomplishments of the Canadian supply management system and its FPAA legislation

is excellent cooperation between industry and government to meet the needs of all stakeholders—the federal. provincial and territorial governments, and the producers, processors and consumers.

The Council consists of an extremely knowledgeable, business-oriented group of members supported by a small but expert staff. As always, in 2003 the NFPC took a proactive approach to keeping industry healthy and garnered

respect from the industries it serves. Council

intervened cautiously where necessary and acted consistently in the role of convener and unbiased third party.

Poultry Markets Information Working Group

The goal of supply management is to match domestic production and imports of farm products to the level of demand. It ensures a stable supply of high-quality, fairly priced food products and allows producers to manage their business risk by working with processors and others in the industry to meet the anticipated needs of consumers.

Reliable, accurate and timely market information is critical to the successful operation of the orderly marketing system. This information is drawn from various sources that use different methodologies which have led to some inconsistencies in the data analysis and use.



Cynthia Currie, Chairperson (1997-2005)

The Council's only full-time member, Cynthia Currie has chaired the National Farm Products Council since 1997. Previously she was General Manager of the Chicken Farmers of Canada. She is a past member of the Canadian Agri-Food Marketing Council and the Agri-Food and Beverage Sectoral Advisory Group on International Trade. She resides in Ottawa.

Out of step

Why the Federal-Provincial Agreements need to be renewed

Federal-Provincial-Territorial agreements are required to operate an effective, orderly marketing system. These agreements provide for the dovetailing of federal and provincial jurisdictions, which allows the agencies to regulate marketing in intra-provincial, inter-provincial and export trade. Over the course of the past 20 to 30 years, the agreements have not kept pace with changes in the industry and resolving the continuously evolving operations of national agencies with the prescribed requirements of the agreements has become increasingly more difficult with

In February 2003, the NPFC announced the formation of a Poultry Markets Information Working Group to address this important issue. The Group consists of industry representatives, Council staff, and staff from other government agencies and departments involved in collecting and interpreting data. Its goal is to ensure the capture of credible, timely information about the marketplace and distribute it through a common national database available to all industry participants.

The Council has taken the first steps in this process by convening round-table discussions to determine where the data gaps are, why they exist, and who can fill them and how. Some of the information can be drawn from producers, processors and marketing agencies. Significant data also resides with Agriculture and Agri-Food Canada (AAFC), the Canadian Food Inspection Agency (CFIA) and other agriculture portfolio agencies, Statistics Canada, International Trade Canada (ITCan), the Canada Revenue Agency (CRA) and others.

Developing the database involves bringing these diverse groups together and working toward a holistic solution that will serve the entire poultry and egg supply management system.

Federal-Provincial Agreements

NFPC cites the completion of the Federal-Provincial-Territorial Agreements with the egg, turkey and broiler hatching egg agencies as a high priority objective. Council staff's role is to monitor and contribute to the discussions before draft documents are circulated to all signatories. Though the agreements are moving forward, and there was progress in 2003, they

The existing egg and turkey agreements are over 30 years old and the broiler hatching egg agreement is 17 years old. Market conditions have changed and, while the systems have continued to function, the supporting legal instruments have not caught up with the way the agencies are doing business today (see sidebar).

have yet to be completed.

The Council is eager to see the development process completed, but it is also concerned with developing new agreements that will be flexible and easier to amend. To that end, it has worked with the agencies and provincial supervisory boards to help change the structure of the agreements. The Chicken Farmers of Canada completed its Federal-Provincial Agreement in 2001 and the format it developed is being used as a template for the other three agencies.



the passage of time.

The new template involves "de-coupling" certain aspects of the agreements, which were previously written as single documents. Changing any part of them required the unanimous consent of all signatory parties—35 parties in the case of the egg agency. The new template works with a relatively short main Federal-Provincial Agreement, which defines the general principles of the system. An appended operating agreement sets out the operational aspects of the agency. In certain instances, this operating agreement can be modified without ministerial involvement.

Council trusts this new approach will provide flexibility for the industry, allowing it to keep pace with the changing marketplace.

Working with NAASA

Council is a member of the National Association of Agri-Food Supervisory Agencies (NAASA). This is an informal federal/provincial/territorial intergovernmental group that shares ideas and information on issues of common concern and works together in the development of governmental agreements. It consists of the NFPC and the supervisory agencies in each of the provinces and the Northwest Territories. The provincial and territorial agencies supervise the affairs of the provincial commodity boards. The NFPC supervises the operations of the four national egg and poultry marketing agencies and the Beef Cattle Research, Market Development and Promotion Agency.

In 2003 the Council participated in a number of meetings with NAASA both face-to-face and via teleconference calls. The major issue under discussion during the year continued to be the progress towards finalizing the Federal-Provincial Agreements.

Working with the Agriculture and Agri-Food Portfolio

In 2003, Council continued to cooperate closely with the other members of the Agriculture and Agri-Food Portfolio to ensure that the Minister of Agriculture and Agri-Food is served with the best advice and information possible. This cooperation ensures that when the Minister receives a recommendation it has been considered by all of the agencies in the agriculture portfolio.

The Chairperson and Council staff have been active participants in regular meetings between heads of portfolio agencies and supporting committees, which play an invaluable role in allowing government to work horizontally. It's a new way of doing business and one that Council supports strongly.



Ron O'Connor, Vice-Chairperson (1998–2007)

Ron O'Connor was appointed to the National Farm Products Council in 1998, and became Vice-Chairperson in 1999. A resident of Shelburne, Ontario, Mr. O'Connor owns and operates Irm-Ron Farms Limited. He is a former Chairman of the Chicken Farmers of Ontario, and has served on numerous egg and chicken industry committees in Ontario.



Lorraine Arnett. Member (1999-2003)

With her family partners, Lorraine Arnett owns and operates a 345-acre mixed farm near Durham, Ontario with a broiler and cow calf operation, as well as cash crops. She is the comptroller of Bert Fisher Farms Ltd., Fisher Feeds Ltd., and associated companies in Listowel, Ontario.

Improving Performance

In line with the third objective of its strategic plan, in 2003 Council moved to improve its performance by enhancing transparency and accountability and embracing modern comptrollership.

Developing the NFPC Governance Manual

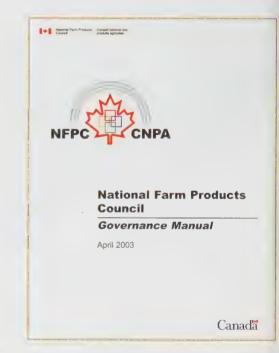
Early in the year, NFPC conducted a governance session coupled with an internal policy review, which culminated in the publication of the NFPC Governance Manual. Council involved the agencies it reviews and other stakeholders in developing the Manual.

The document outlines Council's structure, processes, duties and responsibilities and describes how the NFPC works on behalf of Canadians. The manual is designed to help new Council Members and stakeholders understand the mandate, mission and structure of the NFPC as well as the processes, ordinances and procedures the Council uses. It also clarifies the quasi-judicial responsibilities of Council regarding quota, levy and complaint handling procedures. It will assist stakeholders in understanding the role of Council when Council considers agencies' requests or when a complaint hearing is held.

Implementing Modern Comptrollership

In 2003, Council also took its first steps toward implementing modern comptrollership, which basically means good management practices. It includes strategic leadership, sound business planning, risk management, shared ethics and values, motivated people, integrated performance information, clear accountability and rigorous stewardship.

Council began by conducting a capacity assessment of its operation. It then went through an analytical process and developed an action plan with recommended projects for improvement. These projects focus on Council's internal workings. They included a review of Human Resources planning, a risk assessment and a communications audit.



Human Resources Planning

At NFPC, staffing is recognized as an important function that is guided by senior management. Council's HR plans link learning needs, staffing and employment equity strategies with business lines and organizational performance. The Public Service Commission acknowledged the NFPC's excellence in this regard by citing it as a good example of HR planning in a small government agency in its 2002-03 annual report.

As part of its HR plan, the NFPC is taking a proactive approach to succession planning. Some officers have been with the agency for 25 years and are approaching retirement. Many have commodity-specific expertise, industry-wide experience and a thorough historic awareness of how Council operates. In 2003, the NFPC began recruiting staff to learn from its retiring officers and ensure that Council and industry will continue to be well served.

Risk Management

Risk management is also an important aspect of modern comptrollership and one that Council addressed in 2003. The Council conducted a risk assessment, which examined all aspects of how the NFPC does its business. The audit determined that Council's systems are well suited to manage risk and that it faces no serious risks related to its activities or decision-making processes.

Renewing Communications

In 2003, the NFPC conducted a communications audit to seek industry stakeholders views of its communications products, and to help define the issues that concern them and what direction the Council should pursue in its future communications activities.

More than 80 stakeholders from across Canada responded to a survey, providing insights into Council's newsletter, the Web site, Annual Review and the Canada Poultry and Egg Industry Handbook.

Stakeholders shared compliments and criti-

cisms and both kinds of input were invaluable in assisting Council in improving its communications products.

Readers found the Focus newsletter useful and said they would appreciate receiving it more regularly. Based on these suggestions the Council redesigned Focus as of October and publicized a firm publication schedule for the newsletter.

Stakeholders suggested that the NFPC Web site could be easier to use and, as a result, Council reviewed and revised its Web site in 2003, making it more user friendly and more informative for visitors.

The *Poultry and Egg Industry Handbook* was also refined for the second edition, which was released in 2003. Each marketing agency puts out a data handbook for its own use. The Council took the information in these books, combined it and added information. The result is a single handy, all-in-one reference that provides a wealth of statistical information about the poultry and egg sectors. It's a very useful tool for people in industry, government and academia and for members of parliament and the public.



Anne Chong Hill, Member (1998–2004)

Anne Chong Hill is the co-founder and President of Global Gourmet Foods Inc. of British Columbia, a supplier of food products to multi-unit chain accounts and institutions. She is a member of the Canadian Agri-Food Marketing Council, and a member of the Advisory Council to the Minister of Agriculture, Food and Fisheries of British Columbia. She resides in Vancouver, British Columbia.



Félix Destrijker, Member (2001 - 2004)

Félix Destrijker is the former Chairperson of the Canadian Egg Marketing Agency, a former director of the Union des producteurs agricoles du Québec, and a former Vice-President of the Fédération des Producteurs d'œufs de consommation du Québec. A resident of St-Ludger, Quebec, Mr. Destrijker co-owns four enterprises: Avibeau Inc. and La Ferme Hellebecg, poultry farms in St-Ludger; Les Oeufs Blais & Breton Enr., an egg and egg product distribution company in St-Bernard; and Vitœuf Inc., an egg processing and further processing company in St-Hyacinthe.

Working to Strengthen the Industry

The Canadian supply management system has worked extremely well for the past three decades. Times are changing, however. The industries that the NFPC works with are stable and meeting the country's requirements for a reliable supply of high-quality, fairly priced food products.

In order to ensure their continued prosperity these industries must be aware of global trends, which may give rise to increased competition.

The NFPC has been working to keep the Canadian industries informed about trade opportunities and changing world market conditions for several years. In 2003 it sponsored a number of initiatives to provide industry representatives from every part of the supply chain with insights into export opportunities and the global market environment.

Brazil Mission

The NFPC's 2001-02 Global Awareness Forum made it clear that Brazil has become one of the major world players in the poultry industry. Since Canada has recently signed a veterinary protocol with that country, our markets are now open to its poultry products. Canada has traditionally viewed the U.S. as its primary competitor in the poultry sector, but Brazil has demonstrated that it can be just as competitive. Its industry is young, it has a low cost production system and it's very heavily oriented towards exports. It also has tremendous potential to expand its production.

To help the Canadian industry take stock of Brazil's agriculture development and competitive potential, the NFPC led a mission to that country in September 2003. Chicken Farmers of Canada and the Canadian Turkey Marketing Agency accepted Council's invitation and joined the highly successful two-week mission. Participants visited farms, processing production facilities, met industry and government representatives and attended the SIAL Mercosul/ABRAS show, the largest food show in Latin America.

The Council has published a report on the mission, which provides an overview of the Brazilian industry and the observations Canadians made while touring the country and its poultry facilities. (For copies of the report go to www.nfpc-cnpa.gc.ca.)



National Agencies—2003 in Review

The Canadian Beef Cattle Research, Market Development and Promotion Agency

The Canadian Beef Cattle Research, Market Development and Promotion Agency is the first national promotion and research agency operating under Part III of the Farm Products Agency Act. Unlike the poultry and egg marketing agencies, the beef agency does not set production (quota) levels. It has the authority to collect levies on domestic cattle marketing as well as on imported beef cattle and beef products.

During 2002, and for the first four months of

2003, the Agency went through the process of drafting levy and service agreements that reflect existing legislation in each province and the way the provincial cattle associations operate.

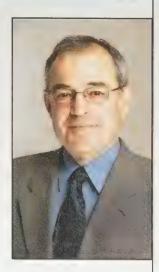
The Agency was close to finalizing the levy and service agreements when the single case of BSE was discovered in Canada. This dramatic disruption put a temporary hold on all of the Agency's work and created a funding crisis. The Agency had been collecting voluntary levies and, in the months following the discovery of BSE, it's funding dropped by approximately 75%. In recognition of this situation and to help the Beef Agency continue its work, the NFPC has implemented an administrative

arrangement with the Agency's Executive Director through the federal government's Interchange Canada program. This arrangement will provide the necessary funding to allow the Agency to finalize the levy and service agreements and make it fully operational.

The Agency anticipates submitting its first levies order on domestic production in early 2004 and on imports later in the year.

Canadian Egg Marketing Agency (CEMA)

Council congratulated the Agency as it celebrated its 30th anniversary. In order to recognize this special occasion with egg producers, the Agency held the anniversary celebration during their summer 2003 meeting in Halifax. The Honorable Eugene Whelan, who was the Minister of Agriculture when the Agency was formed, as well as the Honorable John Wise, attended this celebration along with a number of egg producers who were directly involved with the creation of CEMA.



Maurice Giguère, Member (2001–2007)

Maurice Giguère, a resident of Otterburn-Park, Quebec, is the former Director General of the Centre de recherche, développement et de transfert technologique en acériculture. A member of the Association des MBAs du Québec, he is a former president of the Association des abattoirs avicoles du Québec, and a former board member of the Canadian Turkey Marketing Agency, the Canadian Poultry & Egg Processors Council, and the Association des manufacturiers de produits alimentaires du Québec.



John A. (Sandy) McCurrach, Member (1998-2004)

Sandy McCurrach is the former owner and operator of Purity Feed Co. Ltd. and Jamieson Creek Ranch, in Kamloops, British Columbia. He is a past executive member of the Canadian Turkey Marketing Agency, the B.C. Turkey Marketing Board, and the B.C. Feed Industry Association.

In late 2003, CEMA's Federal-Provincial-Territorial Agreement Working Committee circulated a final draft of the renewed Federal-Provincial-Territorial Agreement. The draft has been shared with Council and the provincial and territorial supervisory councils for review and comment.



The Agency also made great strides in its on-farm food safety program. CEMA has had a HACCP based on-farm food safety program since the early 1990's. In late 2002 the Agency began work to have the Canadian Food Inspection Agency review their HACCP (Hazard Analysis Critical Control Points) manual. The Agency received CFIA approval at their February 2004 meeting.

Marketplace conditions favoured CEMA in 2003. The Agency's pooled income fund, which is used to operate its industrial product program, began 2003 with a deficit of \$88 thousand and ended the year with a positive balance of \$24.4 million. The significant improvement in the fund balance was due to increased egg prices in the U.S. The U.S. prices increased for several reasons. The popularity

of protein-based diets drove up demand, there were a number of disease issues which resulted in flock reductions, and the industry adopted and implemented animal welfare guidelines, which resulted in fewer layers per cage and an overall reduction in the number of layers in the U.S. The combination of an increase in demand and a



The Agency ended 2003 with two complaints being lodged against their quota and levy orders—one from the Saskatchewan signatories and the other from the B.C. signatories. Both of these complaints will be heard by the NFPC in mid-March 2004. As a result of these complaints the Agency started the new year (2004) without either quota or levy orders in place.

The Canadian Broiler Hatching Egg Marketing Agency (CBHEMA)

Between 2002 and 2003, broiler hatching egg production dropped by 1.2%, primarily because of market changes that effect the meat/egg ratio. Processors have been using larger birds than in the past, which means fewer birds in production and a reduced demand for broiler-hatching eggs. Adjusting to reduced demand is an ongoing challenge for this segment of the industry.



CBHEMA made good progress on revising its Federal Provincial agreement in 2003 and hopes to have consensus on a final draft in 2004. The Agency has five participating provinces and is working to expand its base. It has advised Council it hopes to have Saskatchewan become a member in 2004.

CBHEMA also made huge strides in developing its on-farm food safety program in 2003 and is close to having its manual approved by CFIA.

Canadian Turkey Marketing Agency (CTMA)

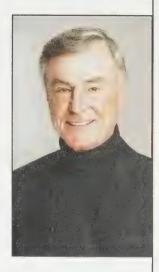
The CTMA continued to face two main issues in 2003—consumption and allocation.

In 2003, CTMA embarked on a concerted effort to move consumers beyond the long held custom that turkey is only served for festive occasions, the agency will be launching a revamped generic marketing program in the winter of 2004 that encourages consumers to think of turkey as a year round meal choice. The campaign will build on the success of the familiar "Turkey Tuesday" campaign and aims to increase per capita consumption of turkey by concentrating on the sale of breast meat and ground meat. It will also focus on the ease of preparing turkey and its versatility in daily meals. The multi-media campaign will consist of animated television commercials, print ads and a revamped Web site: www.turkeyfordinner.ca.

The industry has made gains in consumption with the launch of new deli and consumer ready products such as pre-stuffed and cooked roasts and CTMA recognizes that further processing initiatives that develop new innovative products holds the key to the expansion of the industry.

However, the allocation of production quotas is an ongoing challenge for the Agency which, with its industry partners, has been studying ways to better forecast demand and allocate production for the correct volume and right size of birds to meet the various requirements of the retail and further processing sectors.

In December a complaint was filed against the Agency by the B.C. signatories. The complaint concerned the allocation process and, at Council's suggestion, it is currently being addressed though meetings and discussions between the Agency and B.C signatories.



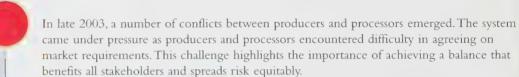
Michel Veillette, Member (1997–2008)

Michel Veillette, a resident of Cap-de-la-Madeleine, Quebec, is the former President of Froma-Dar Inc. and André Frappier Inc., manufacturers and distributors of specialty cheeses. He was also Vice-President of Les Produits Laitiers J. A. Baribeau Ltée. A former President of the Conseil de l'Industrie Laitière du Québec, Mr. Veillette is a former Member of Parliament and was Parliamentary Secretary to the Minister of Consumer and Corporate Affairs from 1981 to 1984.

Chicken Farmers of Canada (CFC)



The Chicken Farmers of Canada celebrated its twenty-fifth anniversary in 2003 with special events around the Canada day festivities. Council congratulates the Agency on this anniversary and on its work in 2003 to develop and approve an aggressive multi-faceted strategic plan for 2004–2008. In developing the plan, the Agency consulted with industry experts on a wide range of issues from food safety and market expansion to consumer satisfaction. The process underscores the need for all stakeholders to work together to ensure the continued success of the chicken industry.



The CFC's new Federal-Provincial Agreement came into force in July 2001. The Agreement should allow the poultry industry the necessary flexibility to adapt quickly to changing market conditions and trends. While consumer demand for furtherprocessed chicken continues to rise, the protein market is becoming increasingly more competitive and producers/stakeholders will have to become more innovative to retain their market share. For chicken, this means the continued development of new innovative products, especially dark-meat products.

In 2003, the Agency circulated amendments to its Operating Agreement and requested industry and government comments. Amendments to the CFC Operating Agreement require the approval of provincial commodity and Supervisory Boards and the Agency.

When all of the necessary approvals of the proposed amendments are received, they will be submitted to Council to review. Council will determine whether or not the amendments require Governor-in-Council approval prior to implementation.

The Agencies at a Glance

Canadian Egg Marketing Agency (CEMA)

CEMA, created in 1972, manages Canada's supply of eggs. Each year, it sets a national production level that meets domestic demand for the table and processing markets. CEMA allocates this quota between the provincial and territorial boards, which then allot quotas to a total of 1,107 registered producers. Visit CEMA at www.canadaegg.ca.

Canadian Turkey Marketing Agency (CTMA)

CTMA, established in 1974, annually estimates the demand for turkey and allocates this volume among the marketing boards in its eight member provinces (all except Newfoundland and Prince Edward Island). The marketing boards then allot quotas to 550 registered producers. Visit CTMA at www.canadianturkey.ca.

Chicken Farmers of Canada (CFC)

CFC, set up in 1978 as the Canadian Chicken Marketing Agency, sets a national production level every eight weeks based on demand estimates provided by provincial commodity boards, processors and stakeholders. Its allocation decision provides each board with quotas for allotment to the 2,869 registered producers in Canada. Visit CFC at www.chicken.ca.

Canadian Broiler Hatching Egg Marketing Agency (CBHEMA)

CBHEMA, started in 1986, estimates the national demand for broiler hatching eggs and allocates production among its five member provinces (Quebec, Ontario, Manitoba, Alberta and British Columbia). Within each province, a marketing board allots production. There are 288 registered producers in Canada. The national agency also regulates the movement of hatching eggs and chicks between member and non-member provinces. Visit CBHEMA at www.cbhema.com.

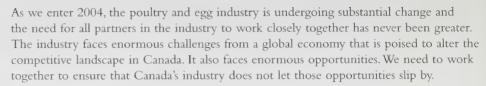
Canadian Beef Cattle Research, Market Development and Promotion Agency

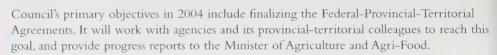
The Agency was established in 2002 to promote the marketing and production of beef cattle, beef and beef products. The Agency will finance programs for the industry's benefit through a national check-off. This levy is equivalent to \$1 per head on domestic production and imports of beef cattle, beef and beef products.

The Agency's programs are to be operated by the Beef Information Centre, the Canada Beef Export Federation and the Beef Cattle Research Council. Together they will carry out programs on behalf of all producers and importers.

Looking Forward







In its role as a quasi-judicial body, the NFPC will be hearing several complaints in the coming year. As always, it will try to resolve the issues by facilitating discussion and helping to achieve consensus among industry partners.

In its convener role, the NFPC will host a Forum on Grocery and Food Service Trends in May 2004. This event will bring together poultry and egg producers and downstream stakeholders to learn about the challenges facing the industry. The event will also provide an opportunity for industry stakeholders to discuss the impact of sector-wide change on all aspects of the food chain.

In conjunction with this event, Council will host a meeting of its provincial and territorial counterparts to share information about global developments in the poultry and egg industry and discuss their implications for Canada.

The implementation of the NFPC's strategic plan will enter its second year in 2004 and Council will remain focused on its planned results. It will continue implementing the principles of Modern Comptrollership, improving operations and becoming more transparent, accountable and streamlined.

In addition, the NFPC will continue working with industry and government officials to develop a statistical database that meets the needs of the industry.

In 2004 the NFPC will also review all of its approval policies for quota and levy orders, and work with agencies to revise its guidelines. In addition, Council will review its legislation, the Farm Products Agencies Act, to ensure that it continues to provide the industry with the tools it needs for the 21st century.

The National Farm Products Council will continue to fulfill its role: providing a national perspective and assisting the partnership of industry and governments in meeting the needs of the country. In doing this it will continue to provide the best advice it can to our Minister, the Honourable Bob Speller.

NATIONAL FARM PRODUCTS COUNCIL

STRATEGIC

VISION
2003-2006



Perspectives d'avenir

En ce début d'année 2004, l'industrie de la volaille et des œufs connaît d'importants changements et, plus que jamais auparavant, il est nécessaire que tous les partenaires de l'industrie travaillent ensemble. Cette industrie doit relever d'énormes défis au sein d'une économie mondiale qui peut facilement altèrer la compétitivité au Canada. Par ailleurs, d'énormes possibilités s'ouvrent à elle. La collaboration permettra d'assurer que l'industrie canadienne ne laisse pas échapper ces possibilités.

En 2004, les principaux objectifs du Conseil comprennent le parachèvement des accords fédérauxprovinciaux-territoriaux. Le CMPA collaborera avec les offices et ses homologues provinciaux et territoriaux pour réaliser cet objectif et il présentera des rapports provisoires au ministre de l'Agriculture et Agroalimentaire.

A titre d'organisme quasi-judiciaire, le CNPA entendra plusieurs plaintes en 2004. Comme c'est son habitude, il s'efforcera de régler les litiges en organisant des discussions et en aidant les partenaires de l'industrie à en venir à un consensus.

Dans son rôle de facilitateur, le CAPA organisera un Forum sur les tendances en épiceries et services alimentaires en mai 2004. Cette activité rassemblera les producteurs et les transformateurs de volaille et d'œufs, qui pourront se renseigner sur les défis que l'industrie doit relever. De plus, les intervenants de l'industrie pourront discuter des incidences que les changements touchant l'ensemble du secteur peuvent avoir sur tous les maillons de la chaîne alimentaire.

Parallèlement à cette activité, le Conseil tiendra une réunion avec ses homologues provinciaux et territoriaux afin d'échanger des renseignements concernant les développements sur les marchés internationaux de la volaille et des œufs et de dégager les répercussions de ces développements sur l'industrie canadienne.

La mise en œuvre du plan stratégique du CNPA continuera pour une deuxième année en 2004 et le Conseil se concentrera encore sur les résultats prévus. Il poursuivra l'adoption des principes de la fonction moderne de contrôleur, continuera d'antéliorer son fonctionnement et s'efforcera d'accroître sa transparence et sa capacité à rendre compte tout en rationalisant ses activités.

En outre, le CNPA poursuivra sa collaboration avec les représentants de l'industrie et du gouvernement afin de mettre sur pied une base de données répondant aux besoins de l'industrie.

En 2004, le CMPA procédera à l'examen de toutes ses politiques servant à approuver les ordonnances sur les redevances à payer et les règlements sur le Conseil examinera sa loi les offices dans le but de réviser ses lignes directrices. De plus, le Conseil examinera sa loi habilitante, la Loi sur les offices des produits agricoles, afin qu'elle continue de fournir à l'industrie les instruments dont celle-ci a besoin pour prospérer au XXI^e siècle.

Le Conseil national des produits agricoles continuera de jouer son rôle: offrir une perspective nationale du secteur et faciliter les partenariats entre l'industrie et les gouvernements pour contibler les besoins du Canada. Ainsi, le CNPA sera en mesure de conseiller notre ministre, l'honorable Bob Speller, de la façon la plus juste qui soit.

CONSEIL NATIONAL DES PRODUITS AGRICOLES



Coup d'æil sur les offices

Office canadien de commercialisation des œufs (OCCO)

L'OCCO, créé en 1972, gère l'offre d'œufs au Canada. Chaque année, cet office établit le niveau national de production en fonction de la demande intérieure des marchés d'œufs de consommation et de transformation. L'OCCO répartit ce contingent entre les offices de commercialisation provinciaux et territoriaux, qui répartissent ensuite leur propre contingent entre les 1 107 producteurs enregistrés. Consultez le site de l'OCCO à www.canadaegg.ca.

Office canadien de commercialisation du dindon (OCCD)

L'OCCD, établi en 1974, estime annuellement la demande de dindon et répartit cette quantité entre les huit offices des provinces membres (toutes les provinces, sauf Tèrre-Neuve et l'Île-du-Prince-Édouard). Les offices provinciaux de commercialisation répartissent ensuite leur contingent entre les 550 producteurs enregistrés. Consultez le site de l'OCCD à www.canadianturkey.ca.

Producteurs de poulet du Canada (PPC)

Les PPC, créés en 1978 sous le nom d'Office canadien de commercialisation du poulet, établissent le niveau national de production à intervalles de huit semaines en fonction de la demande estimative communiquée par les offices provinciaux de commercialisation, par les transformateurs et par les intervenants. Suite à cette décision, les PPC déterminent les contingents provinciaux, que les offices répartissent ensuite entre les 2 869 producteurs enregistrés au Canada. Consultez le site des PPC à www.chicken.ca.

Office canadien de commercialisation des œufs d'incubation de poulets de chair (OCCOIPC)

L'OCCOIPC, créé en 1986, estime la demande nationale d'œufs d'incubation de poulets à chair et répartit son contingent de production entre les cinq provinces qui en sont membres (Québec, Ontario, Manitoba, Alberta et Colombie-Britannique). Au canada, 288 producteurs sont enregistrés. En outre, l'OCCOIPC réglemente le mouvement d'œufs d'incubation et de poussins entre les provinces membres et les provinces non réglementées. Consultez le site de l'OCCOIPC à www.cbhenna.com.

Office de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie

D'Office a été créé en 2002 afin de promouvoir la commercialisation et la production des bovins de boucherie, du bœuf et des produits du bœuf. L'Office financera des programmes utiles à l'industrie au moyen d'un régime national de prélèvements. Le taux de prélèvement équivaudra à l's par animal pour la production intérieure et les importations de bovins de boucherie, de bœuf et de produits de bœuf.

Les programmes de l'Office seront réalisés par le Centre d'information sur le bœuf, la Fédération canadienne pour l'exportation du bœuf et le Conseil de recherche sur les bovins de boucherie. Ils collaboreront à la mise en œuvre de programmes au nom de tous les producteurs et importateurs.

Producteurs de poulet du Canada (PPC)

poulet nécessitait la coopération de tous les intervenants. consommateurs. Le processus a mis en évidence que la prospérité soutenue de l'industrie du qui allaient de la salubrité alimentaire à l'expansion des marchés, en passant par la satisfaction des ce plan, les PPC ont consulté des experts de l'industrie à propos d'un large éventail de questions, et l'approbation d'un plan stratégique dynamique et polyvalent pour 2004-2008. Pour élaborer celebration et tient à souligner le travail accompli par ceux-ci en 2003 concernant l'élaboration parallèlement aux festivités de la Fête du Canada. Le Conseil félicite les PPC en cette année de En 2003, les PPC ont célébré leur 25e anniversaire en tenant des événements spéciaux

manière équitable. d'atteindre un équilibre qui sera favorable à tous les intervenants et qui répartira les risques de de la difficulté à s'entendre sur la demande du marché. Cette situation souligne l'importance Le régime a été remis en question lorsque les producteurs et les transformateurs ont éprouvé A la fin de 2003, un certain nombre de conflits ont divisé les producteurs et les transformateurs.



provinciaux de commercialisation, des régies provinciales et des PPC. modification de l'entente opérationnelle de cet office nécessite l'approbation des offices opérationnelle et ont sollicité les commentaires de l'industrie et du gouvernement. La En 2003, les PPC ont présenté les modifications qu'ils souhaitaient apporter à leur entente

mise en œuvre. nécessaire que les modifications soient approuvées par le gouverneur en conseil avant leur seront présentées au Conseil afin que celui-ci les examine. Le Conseil établira alors s'il est Lorsque les modifications proposées auront été approuvées par toutes les parties visées, elles



Michel Veillette, membre (1997–2008)

7861 1861 P Affaires commerciales Consommation et des du ministre de la svietrismshreq svietšvises qebnte Jegeral et M. Veillette a été laitière du Québec, Conseil de l'industrie Ancien président du J. A. Baribeau Ltee. des Produits Laitiers aussi ete vice-président fromages affines. Il a et distributeurs de Frappier Inc., fabricants Dar Inc. et d'André président de Fromaau Quebec, est ancien ,oniolobal A-al-ob résident de Cap-Michel Veillette,

En 2003, l'OCCOIPC a réalisé d'importants progrès en matière de renouvellement de son Accord fédéral-provincial-territorial et il espère en venir à un consensus sur la version définitive en 2004. L'Office compte cinq provinces participantes et tente d'étendre sa portée. Il a informé le Conseil du'il espérait que la Saskatchewan devienne membre de l'Office en 2004.

L'OCCOIPC a aussi accompli des progrès importants vers l'élaboration de son programme de salubrité alimentaire à la ferme en 2003, et l'ACIA devrait approuver sous peu son manuel.

Office canadien de commercialisation du dindon (OCCD)

En 2003, l'OCCD a continué d'être confronté à deux grands enjeux : la consommation et la répartition des contingents.

En 2003, l'OCCD a résolument entrepris de modifier

site Internet amélioré: www.dindonaumenu.ca. pour la télévision, des publicités imprimées et un multimédia comprendra des publicités animées repas de tous les jours. Cette campagne et la vaste gamme d'utilisations dans les laquelle on peut préparer le dindon campagne soulignera la facilité avec haché et de viande de poitrine. La l'accent sur la vente de dindon dindon par habitant en mettant d'accroître la consommation de dindon » et a comme objectif campagne « Les mardis la rèussite de la populaire La campagne mettra à profit menus pendant toute l'année. dindon dans leurs choix de consommateurs à inclure le ce programme encouragera les cialisation générale à l'hiver 2004; d'un programme remanié de commerfètes. L'Office procédera au lancement c'est-à-dire que le dindon est réservé aux la perception traditionnelle des consommateurs,

L'industrie a fait croître la consommation grâce au lancement de nouveaux produits fins et d'aliments prècs à consommer, tels que des rôtis pré-farcis et pré-cuits. L'OCCD reconnaît que les initiatives de surtransformation permettant de créer des produits novateurs sont la clé de l'expansion de l'industrie.

Toutefois, la répartition des contingents de production est un défi constant pour l'Office qui, de concert avec ses partenaires de l'industrie, a étudié des méthodes qui permettraient de mieux prévoir la demande et de répartir la production en fonction du nombre d'oiseaux et de leur taille afin de répondre aux diverses exigences des secteurs du commerce au détail et de la surtransformation.

En décembre, les signataires de la Colombie-Britannique ont déposé une plainte contre le processus de répartition de l'Office. À la suggestion du Conseil, l'Office et les signataires de la Colombie-Britannique se rencontrent et discutent actuellement en vue de réglet la plainte.

aux régies provinciales et territoriales aux fins d'examen et de rétroaction. diffusé la version préliminaire du nouvel Accord. Le document a aussi été présenté au Conseil et A la fin de 2003, le Comité de travail sur l'Accord fédéral-provincial-territorial de l'OCCO a

l'Office lors de la réunion de février 2004. des aliments (ACIA) afin de réviser son manuel d'ARMPC. L'ACIA a approuvé le manuel de ferme. A la fin de 2002, l'Office a commencé à collaborer avec l'Agence canadienne d'inspection maîtrise des points critiques (ARMPC) fondé sur le programme de salubrité alimentaire à la la ferme. Depuis le début des années 1990, l'OCCO utilise le système d'analyse des risques et de L'Office a également accompli de grands progrès dans son programme de salubrité alimentaire à

des troupeaux et l'industrie a protéines a stimulé la demande, l'incidence de certaines maladies a entraîné une diminution Etats-Unis est attribuable à plusieurs raisons. L'engouement pour les régimes à base de a résulté de l'augmentation du prix des œufs aux Etats-Unis. L'accroissement des prix aux excédentaire de 24,4 millions de dollars. Cette importante amélioration du solde du fonds industriels, présentait un déficit de 88 000 \$, mais à la fin de l'année il affichait un solde de revenu mis en commun de l'Office, qui sert à l'exploitation du programme des produits En 2003, la conjoncture des marchés a été favorable à l'OCCO. Au début de 2003, le fonds

des années précédentes. a fait que le prix des diminution de l'offre la demande et de la l'accroissement de La combinaison de aux Etats-Unis. bougenses barrout du nombre de réduction généralisée cage ainsi qu'à une qe bouqenses bar réduction du nombre donné lieu à une summanx, ce qui a pour la protection des

des lignes directrices

adopté et mis en œuvre

(2004) sans règlenient sur le contingentement et sans ordonnance sur les redevances à payer. l'audience des deux plaintes. En raison de ces plaintes, l'Office a commencé la nouvelle année Saskatchewan et l'autre par ceux de la Colombie-Britannique. Le CNPA a fixé à la mi-mars 2004 le contingentement et à son ordonnance sur les redevances à payer : l'une par les signataires de la A la fin de 2003, deux plaintes ont été déposées contre l'Office relativement à son règlement sur Etats-Unis en 2003 que lors œufs était plus élevé aux



de l'industrie. est à la baisse. L'adaptation à la réduction de la demande est un défi constant pour ce segment que moins de poulets sont produits et que la demande d'œufs d'incubation de poulets à chair viande/œufs. Les transformateurs utilisent des animaux plus gros que par le passé, ce qui signifie notamment en raison des changements sur les marchès qui ont une incidence sur le rapport De 2002 à 2003, la production d'œufs d'incubation de poulets à chair a diminué de 1,2 p. 100,



(1998-2004)membre McCurrach, John A. (Sandy)

la C.-B. əp xnviujuv inod l'industrie des aliments 9b nottatioossA I de la C.-B. et de норитр пр попрыты -ләшшоә әр әәіДОД әр inobnib ub notionioi, -ләшиоэ әр иәіриию exécutif de l'Office п езт апсіен тетьге Colombie-Britannique. Ranch à Kamloops, en Ltd. et Jamieson Creek prises Purity Feed Co. -əninə səb inpiiolqxə l'ancien propriétaire et Sandy McCurrach est



Maurice Giguère, membre (2001–2007)

du Quèbec. sərintnənilə etinborq des manufacturiers de volailles et de l'Association əp 19 sfnw p sınətvu -rolenatien des transfordindon, du Conseil ub noitasilaisremmos de l'Office canadien de du conseil d'administration Québec et ancien membre ub eslosiva aviotibab esb président de l'Association du Québec, il est ancien l'Association des MBAs acériculture. Membre de transfert technologique en әр 1ә 1иәшәdd0|әләр әр du Centre de recherche, ансіен дічестент денекаГ Park, au Québec, est rèsident d'Otterburn-Maurice Giguère, un

Le Conseil a publié un rapport sur la mission. Ce rapport comprend un aperçu de l'industrie brésilienne ainsi que les constatations faites par les délégués canadiens lors de leur visite du pays et des installations de production de volaille. (Pour obtenir un exemplaire du rapport, consulter le site www.nfpc-cnpa.gc.ca.)

Offices canadiens - revue de 2003

Office de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie

L'Office de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie est le premier office canadien de promotion et de recherche établi en vertu de la partie III de la Loi sur les offices des produits agricoles. Contrairement aux offices

de commercialisation de la volaille et des œufs,
l'Office des bovins de boucherie ne fixe pas
de niveaux (contingents) de production.
Il a le pouvoir d'imposer des prélèvements sur les ventes intérieures de
bovins et sur les importations.

Pendant l'année 2002 et les quatre premiers mois de 2003, l'Office a élaboré des projets d'accords sur les prélèvements et sur les services afin de tenir compte de la législation en vigueur dans chaque province ainsi que du fonctionnement des associations provinciales de producteurs de bovins.

L'Office s'apprêtait à parachever les accords sur les prélèvements et les services lorsque le seul cas d'EBS a été découvert au Canada. Cette perturbation imprévue a temporairement mis un frein à toutes

les activités de l'Office et a entraîné une crise financière.

L'Office recueillait des prélèvements volontaires et, dans les mois qui ont suivi la découverte du cas d'EBS, son financement a diminué d'environ 75 p. 100. En raison de cette situation et pour aider l'Office des bovins de boucherie à poursuivre son travail, le CNPA a conclu une entente administrative avec le directeur exécutif de l'Office par l'intermédiaire du programme fédéral Échanges Canada. Cette entente fournit à l'Office le financement dont il a besoin pour parachever Échanges canada. Cette entente fournit à l'Office le financement dont il a besoin pour parachever Echanges Canada.

VOffice prévoit établit ses premières ordonnances de prélèvement sur la production intérieure au début de 2004, puis sur les importations plus tard dans l'année.

Office canadien de commercialisation des œufs (OCCO)

Le Conseil a félicité l'Office, qui a célébré son 30° anniversaire. Dans le but de souligner cet événement spécial pour les producteurs d'œufs, l'Office a fêté cet anniversaire lors de la création estivale à Halifax. L'honorable Lugene Whelan, qui était ministre de l'Agriculture lors de la création de l'Office, ainsi que l'honorable John Wise, ont assisté à la célébration en compagnie de nombreux producteurs d'œufs qui avaient directement participé à la mise sur pied de l'OCCO.

intervenants du secteur, du gouvernement, du milieu universitaire, du Parlement et du grand public. renseignements statistiques sur les industries de la volaille et des œufs. Le guide est très utile pour les informations. Cela a permis de créer un outil de référence unique et pratique offrant de nombreux

Collaboration pour renforcer le secteur

produits alimentaires de qualité à un prix équitable. établies et elles répondent aux exigences nationales en matière d'approvisionnement stable de décennies. Cependant, les temps changent. Les industries avec qui le CNPA travaille sont bien Le régime canadien de gestion de l'offre a très bien fonctionné au cours des trois dernières

mondiales susceptibles d'intensifier la concurrence. Pour que ces industries puissent continuer de prospérer, elles doivent connaître les tendances

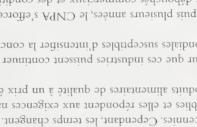
la conjoncture des marchés internationaux. œuvrant à chaque étape de la chaîne d'approvisionnement sur les possibilités d'exportation et il a commandité un certain nombre d'initiatives pour renseigner les représentants du secteur des débouchés commerciaux et des conditions changeantes des marchés mondiaux. En 2003, Depuis plusieurs années, le CNPA s'efforce de tenir les industries canadiennes au courant

Mission au Brésil

de la volaille mais le Brésil a démontré qu'il pouvait être tout aussi concurrentiel. Dans ce pays, longremps, le Canada considérait les Etats-Unis comme son principal concurrent dans le secteur ce pays, nos marchès sont maintenant ouverts aux produits brèsiliens de la volaille. Depuis fort internationale. Etant donné que le Canada a récemment signé un protocole vétérinaire avec que le Brésil était devenu l'un des principaux acteurs de l'industrie de la volaille sur la scène Le Forum sur la sensibilisation à la mondialisation organisé par le CNPA en 2001-2002 a révélé

inumense potentiel d'expansion. broduction du Brèsil dispose d'un surtout destinés à l'exportation. La de faibles coûts et les produits sont système de production entraîne l'industrie est encore Jeune, son

importante foire alimentaire en SIAL Mercosul/ABRAS, la plus du gouvernement et assisté au salon tré des représentants de l'industrie et transformation des produits, rencondes termes et des installations de succès. Les participants ont visité semaines, qui a connu un grand se sout loints à la mission de deux accepté l'invitation du Conseil et commercialisation du dindon ont Canada et l'Office canadien de 2003. Les Producteurs de poulet du unssion dans ce pays en septembre du Brésil, le CMPA a organisé une agricole et le potentiel concurrentiel faire le point sur le développement Afin d'aider l'industrie canadienne à





(2001-2004)mempre Félix Destrijker,

Félix Destrijker est

Inc., a St-Hyadinthe. fnæn 1 nombanolsavarans de transformation et de à St-Bernard; la société Blais & Breton Enr., sfn To say saxauuos stinborq sh to elux'b St-Ludger; le distributeur Ferme Hellebeeg, à Avibeau Inc. et La producteurs de volaille quatre entreprises: les M. Destrifker co-possède St-Ludger, au Quebec, Québec. Résident de пр иоцишиоѕиоэ әр sfirzo p sanapupoad de la Fédération des meien nice-bresident agricoles du Québec et Union des producteurs administrateur de นอเวนง 'sfnao səp de commercialisation 1).Office canadien əp tuəbisərq nəisna





Amérique latine.



Anne Chong Hill, membre (1998–2004)

Colombie-Britannique. no habite à Vancouver, en Britannique. Elle de la Colombiealiments et des pêcheries de l'Agriculture, des əntsinim ub sərqub et du Conseil consultatif produits agroalimentaires səp uottasilaisətinn des du Conseil canadien de ments, Elle est membre et aux grands établisseгизгрдрии әр гәніриү хир des produits alimentaires Britannique, qui Journit Inc. de la Colombie-Global Cournet Foods présidente de la société est cofondatrice et Anne Chong Hill

Dans le cadre de son plan des R.H., le CNPA adopte une méthode progressiste pour planifier le relève. Certains agents travaillent pour l'organisme depuis 25 ans et ils prendront bientôt leur retraite. Plusieurs d'entre eux sont spécialisés dans un groupe particulier de denrées, possèdent une vaste expérience dans tous les segments du secreur et ont une connaissance approfondie de la façon dont les activités du Conseil ont évolué depuis sa création. En 2003, le CNPA a commencé à recruter du personnel que les agents près de la retraite formeront avant de quitter leur poste, de sorte que le Conseil et le secteur continuent de bénéficier de services de qualité.

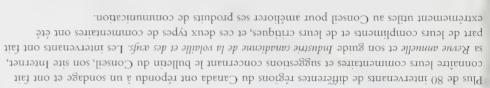
Gestion des risques

La gestion des risques est un autre aspect important de la fonction moderne de contrôleur; le Conseil s'est penché sur cette question en 2003. Le Conseil a réalisé une évaluation des risques, qui comportait l'examen de tous les aspects du

fonctionnement du CMPA. L'évaluation a permis d'établir que les systèmes utilisés par le Conseil permettent une bonne gestion des risques et que les activités et les processus décisionnels du et les processus décisionnels du de lies processus décisionnels du et les processus décisionnels du

Renouvellement des communications

En 2003, le CNPA a effectué un examen de ses communications afin de connaître l'opinion des intervenants du secteur à l'endroit de ses produits de communication, de définit les enjeux importants pour les intervenants et d'établir l'orientation que le Conseil devrait donner à ses activités de communication à l'avenir.



Les lecteurs ont indiqué qu'ils considéraient le bulletin Focus comme un outil efficace et ont mentionné qu'ils aimeraient le recevoir avec plus de régularité. Se fondant sur ces suggestions, le Conseil a restructuré le bulletin Focus en octobre et a établi un calendrier de parution.

Les intervenants étaient d'avis que le site Internet du CNPA pourrait être plus facile à utiliser et, par conséquent, le Conseil a examiné et restructuré son site en 2003 afin de le rendre plus convivial et profitable pour ses utilisateurs.

La deuxième édition du guide Industrie de la volaille et des æufs, qui a été publiée en 2003, a aussi été améliorée. Chaque office de commercialisation publie un guide de données pour ses propres besoins. Le Conseil a compilé les renseignements qui figuraient dans ces documents et y a ajouté d'autres

Amélioration du rendement

de comptes et par l'application de la fonction moderne de contrôleur. d'améliorer son rendement par le renforcement de la transparence, par une rigoureuse reddition En 2003, conformément au troisième but de son plan stratégique, le Conseil a entrepris

Elaboration du Manuel de gouvernance du CNPA

le Manuel, le Conseil a sollicité la participation des offices qu'il supervise et d'autres intervenants. politiques internes, dont a résulté la publication du Manuel de gouvernance du CNPA. Pour élaborer Au début de l'année, le CNPA a organisé une séance sur la gouvernance ainsi qu'un examen des

demandes des offices ou qu'il tient une audience visant à régler une plainte. permettra aux intervenants de comprendre le rôle joué par le Conseil lorsqu'il examine les régissant le contingentement, l'imposition de prélèvements et le règlement des plaintes. Le Manuel outre, il précise les responsabilités quasi-judiciaires qu'assume le Conseil en matière de procédures structure du CMPA, de même que les processus, ordonnances et procédures qu'il utilise. En nouveaux membres du Conseil et les intervenants à comprendre le mandat, la mission et la du Conseil, et il décrit comment le CNPA travaille pour servir les Canadiens. Il vise à aider les Le document donne un aperçu de la structure, des processus, des fonctions et des responsabilités

Conesi national des National |

Application de la fonction moderne de contrôleur

de la gestion. définition du cadre redditionnel et la rigueur informations relatives au rendement, la claire la motivation personnelle, l'intégration des et pratiques déontologiques communes, rationnelle, la gestion des risques, les valeurs ship strategique, la planification commerciale de gestion efficaces. Elle comprend le leaderqui représente fondamentalement les pratiques œuvre de la fonction moderne de contrôleur, à prendre des mesures à l'égard de la mise en En 2003, le Conseil a également commencé

risdues et le controle des communications. des ressources humaines, l'évaluation des Ils comprennent l'examen de la planification sur le fonctionnement interne du Conseil. d'amélioration. Ces projets portent surtout un plan d'action recommandant des projets entrepris un processus d'analyse et élaboré de sa capacité opérationnelle. Puis, il a Le Conseil a d'abord effectué une évaluation

Planification des ressources humaines

RH au sein d'un petit organisme gouvernemental. preuve d'excellence dans ce domaine et l'a cité comme un bon exemple de planification des de 2002-2003, la Commission de la fonction publique a fait remarquer que le CNPA avait fait d'autre part, les secteurs d'activités et le rendement organisationnel. Dans son rapport annuel les desoins liés à l'apprentissage et les stratégies de dotation et d'équité en matière d'emploi et, direction. Les plans du Conseil en matière de ressources humaines (RH) associent d'une part Au sein du CNPA, la dotation est considérée comme une fonction importante que règit la

Canada

8003 linva

Manuel de gouvernance

produits agricoles

Conseil national des



(1999-2003)mempre Lorraine Arnett,

en Ontario. affilièes à Listowel, Ltd. et de sociétés Ltd., de Fisher Feeds de Bert Fisher Farms Elle est contrôleure de culture commerciale. oring on to snived ob ontreprise de naissage əun 19 191111110d un en Ontario, dont , mahrud sh viriq sord 345 acres əmrəl ənu ətiolqxə 19 apassod 11aur ses associés, Lorraine inos iup , sllimat as Avec les membres de







Ron O'Connor, vice-président (1998–2007)

en Ontario. 12 nod np 12 ssnæ səp əintenbni'l əb à de nombreux comités de l'Ontario et a siègè Producteurs de poulet səp tuəbisərq nəisuv Limited. Il est Inn-Ron Farms et exploite l'entreprise M. O'Connor possède Shelburne, en Ontario, 1999, Résident de nə inəbizərq-əsiv пиәләр ұғә иә үі ұә 18661 no soloongo estiubord esb lanoitan nommé au Conseil Ron O'Connor a été

Dans le nouveau modèle, on « découple » certains aspects jusque-là combinés en un même document. Auparavant, la modification d'une seule partie de l'accord nécessitait le consentement unanime des signataires, ce qui signifiait 35 parties pour l'accord des œufs. Le nouveau modèle comprend un accord fédéral-provincial-territorial relativement bref qui définit les principes fondamentaux du régime. Une entente opérationnelle annexée établit les aspects opérationnels de l'office. Dans certains cas, cette entente opérationnelle peut être modifiée sans consulter le ministre. L'office. Dans certains cas, cette entente opérationnelle peut être modifiée sans consulter le ministre.

Le Conseil estime que cette nouvelle approche donnera au secteur une plus grande latitude qui l'aidera à évoluer en harmonie avec le marché dynamique.

Collaboration avec l'ANRA



En 2003, le Conseil a participé à plusieurs réunions avec l'ANRA, tant en personne que par conférence téléphonique. La principale question débattue cette année était encore les progrès accomplis vers le parachèvennent des accords fédéraux-provinciaux-territoriaux.

Collaboration avec le porteseuille de l'agriculture et de l'agroalimentaire

En 2003, le Conseil a continué de travailler en étroite collaboration avec les autres membres du portefeuille de l'agriculture et de l'agroalimentaire de façon à ce que le ministre de l'Agriculture et Agroalimentaire reçoive des conseils et dispose de renseignements favorisant la prise de décisions éclairées. Cette coopération assure que les recommandations faites au Ministre ont été examinées par tous les organismes du portefeuille de l'agriculture.

La présidente et le personnel du Conseil ont activement participé aux réunions ordinaires des dirigeants des organismes membres du portefeuille et des comités de soutien, qui jouent un rôle primordial dans le fonctionnement de l'approche horizontale adoptée par le gouvernement. Conseil appuie sans réserve ce mode novateur de fonctionnement.

tous les intervenants du secteur auront accès. marchés et de les diffuser par l'intermédiaire d'une base de données nationale commune à laquelle a comme objectif d'assurer la collecte d'informations dignes de foi et opportunes à propos des organismes gouvernementaux participant à la collecte et à l'interprétation de données. Le Groupe des représentants de l'industrie, du personnel du Conseil et du personnel d'autres ministères et les marchés de la volaille dans le but d'examiner cette importante question. Le Groupe comprend En février 2003, le CMPA a annoncé la création du Groupe de travail concernant l'information sur

l'Agence des services frontaliers du Canada (ASFC) ainsi que d'autres organismes. Canada, Commerce international Canada (CICan), Agence du revenue du Canada (ARC), d'inspection des aliments (ACIA) et d'autres offices du portesfeuille de l'agriculture, Statistique pourraient être fournies par Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC), l'Agence canadienne teurs, des transformateurs et des offices de commercialisation. En outre, des données importantes s'y prendre pour les obtenir. Certaines informations peuvent être obtenues auprès des producquelles sont les données manquantes, pourquoi elles manquent, qui peut les fournir et comment Le Conseil a déjà pris des mesures à cet égard en convoquant des tables rondes pour établir

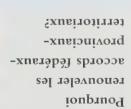
de la volaille et des œufs. recherche d'une solution globale qui pourra être appliquée au système global de gestion de l'offre La mise sur pied de la base de données nécessite la création de liens entre ces divers groupes et la



correspondent plus à la manière dont les offices sont dirigés aujourd'hui (voir l'encadré). changé et, même si les régimes continuent de fonctionner, les instruments juridiques connexes ne touchant aux œufs d'incubation de poulets à chair date de 17 ans. La conjoncture des marchés a Les accords existants concernant les œufs et le dindon ont été conclus il y a plus de 30 ans et celui

point est utilisé comme point de départ par les trois autres offices. parachevé leur Accord fédéral-provincial-territorial en 2001, et le modèle qu'ils ont mis au dans le but de modifier la structure des accords. Les Producteurs de poulet du Canada ont avec les offices canadiens de commercialisation et les régies provinciales des produits agricoles les nouveaux accords élaborés soient souples et plus faciles à modifier. Pour ce faire, il a collaboré Le Conseil aimerait accélèrer l'achèvement du processus d'élaboration, mais il voudrait aussi que

> la pratique la théorie et Ecart entre



gans ces accords. sətinəsərd suottisodsib хик ээгношигц p səliziffip snid uə snid əb sənnəvəb inos suəipvuvə sənffo səp иоініочь энплено пя le secteur, et les activités les changements dans әпь әшүзіл әшәш пр occords n'ont pas évolué səj 'səəшир səлəішлəр 06 6 02 20 d 30 uh.noitatioqx3'b 19 данх) інцыЬковінсівнх -uivorqavini esharam est commercialisation sur वर एट्टिनियालमार्टर वि offices la possibilité ales, ce qui donne aux -inotinist to estitoriuorq legislations fedérales, səl rəsinomiser les Ces accords permettent efficace et ordonné. de commercialisation эннідэх ни b нойыйоlq -xə,1 p spinussə nuos provinciaux-territoriaux -xnv.ppgf sp.coors seT





Cynthia Currie, présidente (1997–2005)

Elle habite à Ottawa. aliments et boissons. extérieur – Agriculture, อวมอานนนอว อา มทร onsultation sectoriclle taires et du Groupe de -uəunposõv sunposd esp noitasilainsmmos du Conseil canadien de Elle a aussi été membre de poulet du Canada. sınətənbor4 ələddr tannstainm, tsluoq пр иоцияцизизишиог 1). Office canadien de alirectrice générale de Auparavant, elle a été здиы ирда у элдиыш э dont elle est la seule des produits agricoles, du Conseil mational otnis 1997 présidente Cynthia Currie est

Conseil national des produits agricoles – revue de 2003

Un an après avoir établi son plan stratégique 2003-2006, le CUPA est en bonne voie de téaliser les objectifs énoncés dans ce plan triennal. Les trois buts stratégiques du Conseil sont :

- de faire en sorte que les offices canadiens de commercialisation et ceux de promotion et de recherche, que régit et réglemente la Loi sur les offices des produits agricoles (LOPA), fonctionnent dans le meilleur intérêt de tous les intervenants;
- de renforcer le dynamisme, la compétitivité, la sensibilité aux besoins du marché et la rentabilité du secteur agricole canadien et de l'industrie agroalimentaire;
- d'exercer une gestion efficace, transparente et responsable des fonctions



afin de maintenir la vitalité du secteur, ce qui lui a valu le respect des industries qu'il représente. Le Conseil est intervenu avec discernement lorsque cela s'est avéré nécessaire et il a constamment agi en respectant son rôle de facilitateur et de tierce partie impartiale.

Groupe de travail concernant l'information sur les marchés de la volaille

Le but de la gestion de l'offre consiste à trouver un équilibre entre la production nationale, les importations de produits agricoles et le niveau de la demande. Cela assure la stabilité des approvisionnements en produits alimentaires de qualité à un prix équitable et permet aux producteurs de gérer leurs risques commerciaux en collaborant avec les transformateurs et les autres intervenants du secteur afin de répondre aux besoins éventuels des consomnateurs.

Pour assurer le bon fonctionnement du réginne de commercialisation ordonnée, il est essentiel de disposer de renseignements dignes de foi, exacts et d'actualité. Comme ces informations viennent de diverses sources utilisant des méthodologies différentes, cela a donné lieu à quelques incohérences lors de l'analyse et de l'utilisation des données.

Le personnel

Personnel du Conseil

Le personnel du Conseil national des produits agricoles est déterminé à soutenir les activités du Conseil auprès des industries canadiennes de la volaille, des œufs et du bœuf. En 2003, pendant la Semaine des services publics, on a souligné que l'expérience collective de l'ensemble du personnel du Conseil était de 333 ans. Plusieurs employés ont travaillé pour le Conseil durant la majeure partie de leur carrière dans la fonction publique. Par conséquent, notre personnel a acquis de l'expérience dans de nombreux domaines, aidant ainsi le Conseil à travailler avec les différents offices régis par la Loi sur les offices des produits agricoles.

Dans son Rapport au Parlement de 2003, la Commission de la fonction publique a fait remarquer que le Conseil national des produits agricoles représentait un bon exemple de petit organisme ayant réussi à intégrer les orientations en matière de ressources humaines, les besoins en apprentissage et les stratégies de dotation et d'équité en matière d'emploi aux secteurs d'activités et au rendement organisationnel.



Rangée arrière, de gauche à droite : Carole Hotte, Terry Hayward, Kevin McBain, Pierre Bigras, Chantal Lafontaine, Laura LeBœuf, Reg Milne, Lise Leduc, Lisette Wathier. Rangée avant, de gauche à droite : Jurgen Schiffer, Louise Séguin, Carola McWade, John Kirk, Keith Wilkinson. Enant : Patricia Lepage.





bemmadoM laT



Shivalee Paliwal

Thierry Saumure (photo non disponible)

Le Conseil en 2003 Membres

plein du Conseil. sduvət p әлүшәш əjnəs ans. La présidente est la pnis à xusb sh tabnam un anod səaquaətti səj Le Cabinet nomme a été créé le Conseil. oi en vertu de laquelle nomination, selon la лига гр зигиош пр səribining zinətəribərq इक्ट भारत वारताक la moitié des membres ящоні н**Р**. гэлдіпэні fuou suld un'b to siont suiom un'b seoquios iss 25 selosings agricoles Le Conseil national



Message de la présidente

qui ont une incidence sur l'agriculture, intervenants et approfondi notre connaissance des enjeux mondiaux fonction de contrôleur, amélioré notre communication avec les entrepris des projets liés à la fonction de modernisation de la plan stratégique. Nous avons rationalisé notre manière de travailler, s'agissait aussi de la première année de la mise en œuvre de notre L'année 2003 a été chargée mais féconde en événements; il

Brésil pour en apprendre davantage sur le secteur agricole de nos homologues provinciaux et territoriaux, puis voyage jusqu'au commercialisation provinciaux de la volaille et des œufs, rencontré de promotion et de recherche, assisté aux réunions des offices de Nous avons aidé l'industrie du bœuf à mettre en place son office



nous supervisons. nombre exceptionnellement élevé de plaintes déposées contre les offices de commercialisation que cadre des négociations commerciales internationales et, à la fin de l'exercice, nous avons traité un l'industrie de la volaille. Nous avons également suivi les événements qui se sont produits dans le et nouveaux partenariats dans le secteur de la transformation et de la surtransformation auront sur volaille et des œufs et nous nons sommes penchés sur les répercussions que les fusions, regroupements

leur appur. expérience précieuse; je suis profondément reconnaissante de leur contribution et de la solidité de grande qualité. Les membres et le personnel du Conseil possèdent de vastes connaissances et une de la volaille et des œufs demeure dynamique et fournisse aux consomnateurs des produits de gestion de l'offre, les intervenants et les gouvernements en vue d'assurer que l'industrie canadienne Le Conseil national des produits agricoles joue un rôle important en collaborant avec les offices de

nous sommes actuellement confrontés et mettre à profit les possibilités que nous offre l'avenir. la valeur de la coopération, et j'ai confiance qu'ensemble nous pouvons relever les défis auxquels gouvernement bénéficie d'une expérience de plus de 30 ans. Nos intervenants comprennent bien à faire évoluer le mode de fonctionnement du Canada, et le partenariat entre le secteur et le Nous vivons des moments exigeants et stimulants. La nouvelle administration fédérale est déterminée

Cynthia Currie

noissiM

Veiller à ce que le régime national de commercialisation ordonnée fonctionne dans le meilleur intérêt de tous les intervenants, depuis les producteurs jusqu'aux consommateurs.

Mandat

Conseiller le ministre de l'Agriculture et Agroalinnentaire concernant tous les aspects relatifs aux offices établis en vertu de la Loi sur les offices des produits agricoles, en vue de maintenir et de promouvoir un secteur agricole efficace et compétitif.

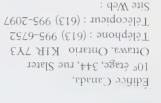
- Superviser les activités des offices de commercialisation afin de s'assurer qu'ils réalisent les objectifs énoncés à leur égard dans la Loi.
- Coopérer avec les offices à promouvoir une commercialisation plus efficace des produits agricoles sur les marchés interprovincial et d'exportation.
- Coopérer avec les offices de promotion et de recherche aux activités de recherche en production primaire et à celles de promotion des denrées agricoles réglementées.

Créé en 1972, le Conseil national des produits agricoles relève directement du Parlement par l'intermédiaire du ministre de l'Agriculture et Agroalimentaire. L'organisme fait partie du portefeuille d'Agriculture et Agroalimentaire.

Porteseuille de l'agriculture et agroalimentaire

Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC) Conseil national des produirs agricoles (CMPA) Commission canadienne du lait (CCL) Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) Commission canadienne des grains (CCG) Financement agricole Canada (FAC)





http://www.nfpc-cnpa.gc.ca

nipeweb(a agr.gc.ca

© Ministre des travaux publics et
des Services gouvernementaux

Canada, 2004

Numéro de catalogue A99-2/2003

1-69876-47859-1 : NBSI



Table des matières

Promotion des bovins de boucherie
Office de recherche, de développement des marchés et de
de poulets de chair (OCCOIPC)
Office canadien de commercialisation des œufs d'incubation
Producteurs de poulet du Canada (PPC)
Office canadien de commercialisation du dindon (OCCD)
Office canadien de commercialisation des œufs (OCCO)
oup d'ail sur les offices
Producteurs de poulet du Canada (PPC)
Office canadien de commercialisation du dindon (OCCD)
de poulets de chair (OCCOIPC)
Office canadien de commercialisation des œufs d'incubation
Office canadien de commercialisation des œufs (OCCO)
\$1 sinsular de boucherie
Office de recherche, de développement des marchés et de
Offices canadiens – revue de 2003.
21
Collaboration pour renforcer le secteur
Renouvellement des communications
Gestion des risques
Planification des ressources humaines
Application de la fonction moderne de contrôleur
Elaboration de la fonction proderne de CMPA
0]
Collaboration avec le portesfeuille de l'agriculture et de l'agroalimentaire
Collaboration avec I ANIX A
A A Coords Té déraux-provinciaux-territoriaux A LA MAN A seur rejublique de la Man A La Man
American surfactions of the contribution in the month of the surface of the surfa
Groupe de travail concernant l'information sur les marchés de la volaille
Sonseil national des produits agricoles – revue de 2003 7 Équilibrer les intérêts des intervenants
5000 ah anvar – salozirse stinbord sah lenoiten liasno.
6 personnel
Acssage de la présidente
atushisaru of ah anossah
4

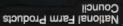
Perspectives d'avenir

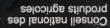


Solosinge stinbord seb lenoiten lieznos autenmn auvan koos











2004 IN REVIEW

CAL DB35 - A56

> National Farm Products Council

Conseil national des produits agricoles

artnership...Communication...Accountability

Our mission is to:

ensure that the national supply management systems for poultry and eggs and national check-off systems for farm products work in the balanced interests of all stakeholders;

and to

promote the strength of the agri-food sectors for which Council has responsibility.

Our mandate is to:

- advise the Minister on all matters relating to the establishment and operation
 of agencies under this Act with a view to maintaining and promoting an
 efficient and competitive industry;
- review the operations of agencies with a view to ensuring that they carry on their operations in accordance with their objects;
- work with agencies in promoting more effective marketing of farm products in inter-provincial and export trade and in the case of promotion-research agencies, in promoting marketing in import trade and in connection with research and promotion activities; and
- consult on a continuing basis, with the governments of all provinces and territories having an interest in the establishment or the exercise of the powers of one or more agencies under the Act.

The Agriculture and Agri-Food Portfolio

Agriculture and Agri-Food Canada (AAFC) National Farm Products Council (NFPC) Canadian Dairy Commission (CDC) Canadian Food Inspection Agency (CFIA) Canadian Grain Commission (CGC) Farm Credit Canada (FCC)

Canada Building, 10th Floor, 344 Slater Street Ottawa, Ontario K1R 7Y3 Phone: (613) 995-6752 Fax: (613) 995-2097 Web site:

http://www.nfpc-cnpa.gc.ca E-mail: nfpcweb@agr.gc.ca

© Minister of Public Works and Government Services Canada, 2005

Cat. No. A99-2/2004 ISBN: 0-662-68501-6

Cover photo: Martin Lipman Graphic Design: Chantal Lafontaine

Table of Contents (1912 as 2005

Message from the Chairperson	2
Staff and Members	3
Council Business in Review	3
Appointments to the Council	4
	4
Council Meetings	4
Renewal of Federal-Provincial Agreements	4
Complaints Hearings and Reports	6
Strategic Co-operation AAFC Portfolio Heads NAASA WTO	6 6 7 7
Poultry Markets Information Working Group	8
Forum on Grocery and Food Service Trends	8
Environmental Scan	9
Modern Comptrollership Implementation	10
Communications Initiatives	10
State of the Industry	
Industry at a Glance	11 11 11 12
Agencies at a Glance Canadian Broiler Hatching Egg Marketing Agency Canadian Egg Marketing Agency Canadian Turkey Marketing Agency Chicken Farmers of Canada Canadian Beef Cattle Research, Market Development and Promotion Agency.	12 12 13 13 14
Looking Forward	16
Legislative Framework	17
Industry Contacts	18

Message from the Chairperson



2004 was both interesting and challenging and I am pleased to report on the work of the National Farm Products Council - our strategic objectives and outcomes. The Council takes pride in its leadership role with respect to the regulatory framework for the supply management system in poultry and eggs and its capacity, through information sharing and the convening of conferences and meetings, to stimulate innovative thinking within the agencies for which it is responsible, and the industry as a whole.

As we move with confidence into the third year of our Strategic Plan, I am proud to report on the commitment and competence of Council members and staff in their contributions to our activities this past year. We have strengthened our partnership with stakeholders with a view to maintaining a strong agri-food sector in Canada. Much has also been done to improve communications and to facilitate global industry knowledge sharing. As we move towards a culture of modern management based on transparency, accountability and integrity, we are determined to make these principles a part of our day-to-day work.

In mid-year, the terms of three Council members expired - Anne Chong Hill, Sandy McCurrach and Félix Destrijker. I would like to recognize the excellent contributions made by these individuals. We, as a Council and I believe the entire poultry and egg industry, benefited from their expertise,

hard work and dedication. The period between the end of their terms and the appointment of new members in late December resulted in an increased workload for our Vice-Chair, Ron O'Connor and members Michel Veillette and Maurice Giguère. I would like to thank them for their full support and cooperation.

At the staff level, our team, headed by Executive Director, Terry Hayward, saw a few changes this year. We said goodbye to Jurgen Schiffer, Commodity Officer, who retired at the end of the year after having served 30 years with the federal government, 17 of which were with the Council. We also said farewell to Louise Séguin, Manager of Corporate Services, who took a secondment opportunity with the Department of National Defense. We welcomed Christine Kwasse as Director of Policy and Programs, replacing Keith Wilkinson. Keith is on a pre-retirement assignment with the Council until his retirement at the end of 2005. Our work as Council members could not be accomplished as efficiently and effectively as it is without the staff that so ably supports us.

Challenges are a fact of life in any business and should be seen as a force that motivates us to perform even more successfully. Some of the challenges we faced during the year were out of our control - for example, the Avian Influenza disaster in B.C.'s poultry industry and the closure of many of our beef export markets due to BSE. These events had a major impact on producers, the operations of the poultry and beef industries and governments at all levels.

At Council, we managed disputes and heard complaints regarding the operations of the poultry and egg agencies. We were disappointed that little progress was made on the renewal of the federal-provincial agreements for eggs, turkey and broiler hatching eggs as a result of ongoing disputes related to the sharing of national production allocations. We sincerely hope that the agencies will make this a priority in the upcoming year.

In our role as the governmental body that oversees the beef promotion research Agency for cattle producers, our staff worked with the Agency to develop a national domestic levy system. When this is put in place in early 2005, the Agency can then turn its attention to the development of a levy mechanism on imports of beef. This dual levy system will provide a source of revenue that will greatly assist in funding the promotion of and research on Canadian beef.

As we head into the New Year, I believe that this Council is well positioned to continue playing a leadership role, one which challenges the industry to look at creative ways of doing business and resolving disputes. And we will continue to work with our provincial/territorial government colleagues and other stakeholders to support an even more dynamic and successful poultry and egg sector and beef industry.

Cynthia Currie
Chairperson



1. Reg Milne, 2. Carole Hotte, 3. Lise Leduc, 4. Chantal Lafontaine, 5. Roger Richard (Member), 6. Terry Hayward, 7. Christine Kwasse, 8. Lisette Wathier, 9. John Kirk, 10. Cynthia Currie (Chairperson), 11. Susan Johnson (Member), 12. Louise Séguin, 13. Pierre Bigras, 14. Michel Veillette (Member), 15. Juliann Blaser Lindenbach (Member), 16. Ron O'Connor (Vice-Chair), 17. Laura LeBoeuf, 18. David Byer, 19. Maurice Giguère (Member), 20. Jurgen Schiffer, 21. Carola McWade, 22. Kevin McBain, 23. Stewart Affleck (Member), 24. Keith Wilkinson. Inset: 25. Patricia Lepage, 26. Larry Campbell (Member)

Council Business in Review

Appointments to the Council

In late December 2004, Minister of Agriculture and Agri-Food Andy Mitchell announced the appointment of five new members to the Council. Mr. Larry Campbell is a chartered accountant and partner in the firm Campbell and Company and the owner-operator of a beef cattle ranch in Kamloops, British Columbia. Ms. Juliann Blaser Lindenbach is a registered nurse in the field of Emergency and Ambulatory Medicine and an active partner in Robella Holsteins in Balgonie, Saskatchewan. Ms. Susan Johnson is an owner-operator of Shoreline Stock Farm, a ranch that has been a leader in the development of hybrid cattle, in Eddystone, Manitoba. Mr. Roger Richard is a self-employed vegetable and strawberry grower in Acadieville, New Brunswick and helps manage the Finnigan Greenhouse. Mr. Stuart Affleck is a commercial potato farmer in Bedeque, Prince Edward Island.

With these appointments, the Council is now well-equipped to continue to perform its duties with a full slate of nine experienced members representing every region of Canada.

Council Meetings

In order to fulfill its legislative mandate, the Council met twelve times during 2004 - eight face to face meetings and four by teleconference. The Council's Secretariat coordinates all meetings and materials for Council members and



Left to right: Members Michel Veillette, Juliann Blaser Lindenbach, Maurice Giguère and Councl staff Laura LeBoeuf.

participants. Through these meetings, the Council was kept up to date on the agencies' business, meetings, concerns about allocation policies and processes, and strategic visions, work plans and budgets. The prior-approval of the quota regulations and levies orders of the four poultry and egg agencies continued to be one of Council's major responsibilities.

Council was also briefed on industry-wide issues such as the World Trade Organisation (WTO) negotiations, onfarm food safety programs and other poultry and egg industry matters such as Tariff Rate Quota allocation issues and the industry's response to the outbreak of Avian Influenza in B.C. in February 2004.

Council received regular updates regarding the development of levies orders for the beef Agency, and was briefed several times during the year on the state of the beef industry.

Council also received presentations regarding the Canadian Agricultural Income Support (CAIS) Program, the Office of the Ethics Commissioner, and modern comptrollership.

Renewal of Federal-Provincial Agreements

The need for renewal of federal-provincial agreements (FPAs) for eggs, turkey and broiler hatching eggs remains a major concern of the Council.

During a 1998 meeting of federal, provincial and territorial Ministers of Agriculture, the national poultry and egg marketing agencies were directed to renew their agreements.

The goal was to ensure that the agencies' operations are based on a strong legal framework and to modernize their agreements -- making the supply management system more marketresponsive.

In some cases, the existing agreements have been in place for more than 30 years and do not adequately reflect the current operations of the agencies.

Chicken Farmers of Canada (CFC) was the first Agency to sign a new federal-provincial agreement, in June 2001.

This agreement incorporated a new market-based approach to quota allocation and included the signatories from British Columbia, who had withdrawn from the chicken Agency a decade earlier. With the conclusion of CFC's efforts, the Canadian Egg Marketing Agency (CEMA), the Canadian Turkey Marketing Agency (CTMA) and the Canadian Broiler Hatching Egg Marketing Agency (CBHEMA) began to draft their respective agreements using similar structure and format to that developed by CFC.

Throughout 2004 progress was stymied as CEMA, CTMA and CBHEMA all grappled with issues relating to the allocation of quota amongst signatory provinces.

CEMA - The three Saskatchewan signatories have indicated that they will not sign an FPA including CEMA's proposed new quota allocation methodology. Saskatchewan is challenging this methodology on the grounds that it does not adhere to the requirements of the *Farm Products Agencies Act*. Saskatchewan maintains that there is no consideration of the principle of comparative advantage of production in the new methodology.



to right: Executive Director, Terry Hayward and Vice-Chair, Ron O'Connor.

On August 30, 2004, the Saskatchewan signatories filed an application in Federal Court for judicial review of CEMA's quota allocations for 2004 and 2005. Saskatchewan alleges that CEMA did not consider the criteria set out in its Proclamation but rather employed an allocation formula using criteria not expressly reflected in the marketing plan.

Saskatchewan is requesting the Court to quash CEMA's decisions on quota allocations as well as to prohibit further use of its current allocation formula. It is likely the Court will hear the case early in 2005.

CTMA - Movement towards completing a draft FPA was very slow during 2004 as CTMA directors attempted to develop a market responsive quota allocation policy for the future.

The British Columbia signatories filed a complaint with the Council in December 2003 charging that the CTMA failed to take into account comparative advantage of production as required by the Act and certain

criteria set out in the marketing plan in their quota allocation process, resulting in reduced market responsiveness and market growth in British Columbia. This resulted in Council holding a complaints hearing in December 2004 (see next section).

CBHEMA - Progress on a new FPA effectively halted during 2004. The outstanding issue relates to the adjustment in the quota allocation methodology to account for imports. Since the Agency's establishment in 1986, Alberta has been treated differently from other member provinces for purposes of assigning provincial production levels.

This situation arose because imports as a percentage of the total supply of hatching eggs in Alberta were and are significantly less than in other member provinces. In pursuing a renewed agreement, the intention of the Agency was to strive toward more equitable treatment in the quota allocation process for all member provinces.

In August 2004, pursuant to the terms of the existing agreement, the Alberta signatories gave their notice of intent to withdraw from the national system effective December 1, 2004. This leaves CBHEMA with four member provinces: British Columbia, Manitoba, Ontario and Quebec.

Renewal of the federal-provincial agreements will continue to be a top priority for the Council in 2005. The Council will work with the agencies and provincial/territorial governments and supervisory boards involved in order to continue to move the process to completion.

Complaints Hearings and Reports



Under the Farm Products Agencies Act, the Council plays a quasi-judicial role relating to complaints received from persons directly affected by decisions of the agencies. This may take the form of facilitation and/or formal inquiries, as the Council deems appropriate. In early 2004, the Canadian Poultry and Egg Processors Council (CPEPC) filed a complaint with regard to the Chicken Farmers of Canada's periodic allocation process for A-58 and the chicken allocation process in general. As an alternative to a hearing, the Council convened a meeting between CFC and CPEPC to facilitate an open

discussion regarding the issues outlined by the CPEPC. The meeting was constructive and positive. The CPEPC and CFC representatives expressed their appreciation to the Council for initiating such a meeting, describing it as an innovative way to achieve consensus.

During the year, the Council held hearings into four separate complaints. In March 2004, a combined hearing was held to hear complaints by both the Saskatchewan and British Columbia signatories to the egg plan against the CEMA's proposed quota regulation for the 2004 calendar year. Council members Cynthia Currie, Anne Chong Hill and Maurice Giguère acted as the Complaints Committee. During that hearing, agreement was reached amongst the provinces to strike an interim quota regulation. A report of the Complaints Committee's findings was accepted by the full Council and distributed widely.

In October 2004, a Complaints Committee comprised of Cynthia Currie and Michel Veillette listened to a complaint by Giannone Poultry Inc. challenging the Chicken Farmers of Canada's assessment of a penalty against the company based on the terms of the Agency's Market Development Policy. While the parties to this complaint agreed that the relief each was seeking was not within the Council's jurisdiction to grant, each agreed to go forward with the hearing. The Committee's report was accepted by the full Council.

The British Columbia signatories to the turkey marketing plan lodged a complaint with the Council in December 2003 against the failure of the Canadian Turkey Marketing Agency to ensure a market responsive quota allocation system through its failure to follow the criteria in the marketing plan when it set its quota allocation to the provinces for the 2004-05 control period.

In the interim, there were several attempts to reach a resolution of the issue by the CTMA and by the Council in its role as a facilitator. Unfortunately, all these attempts failed. This complaint resulted in Council asking the CTMA to hold a special directors' meeting to address B.C.'s concerns. Several meetings were held throughout 2004, but the Agency was unable to resolve B.C.'s concerns. A complaint hearing was held on December 1, 2004.

Council members Ron O'Connor and Michel Veillette formed the Complaints Committee and presented a report, the result of which was a Council finding that the Agency had not taken into account, in any real or meaningful way, the criteria specified in its Proclamation. As a result. Council declined to priorapprove the Agency's proposed quota order for the 2004/05 control period. Copies of all Council reports on these hearings are available on our website.

Strategic Co-operation

AAFC Portfolio Heads

With the Council being part of the Agriculture and Agri-Food Canada (AAFC)
Portfolio, the Chairperson and staff participated in portfolio meetings and activities in order to keep informed about the Department's critical issues and strategic direction.

The AAFC Portfolio consists of six organizations: Agriculture and Agri-Food Canada; Canadian Food Inspection Agency; Farm Credit Canada; Canadian Grain Commission; Canadian Dairy Commission and National Farm Products Council. Each Portfolio organization has its own mandate, organizational structure and specific relationship to the Minister. To assist the Minister in the day-to-day management of his Portfolio, a Deputy Minister or a Portfolio Head has been appointed to oversee the operations of each organization.

Portfolio Heads are appointed by the Governor-in-Council, on the recommendation of the Minister. The responsibilities of the Portfolio Heads and their relationship to the Minister vary according to the statute governing their organization. Accordingly, the Minister has varying degrees of control and responsibility for each Portfolio organization. Regardless, each Portfolio Head reports directly to the Minister and through the Minister, to Parliament.

The Portfolio Heads meet at various times throughout the year to discuss subjects of mutual interest and to ensure that the Minister receives consistent advice on issues within the Portfolio. In early 2005, Portfolio heads will hold a retreat to discuss issues which are common to all portfolio agencies and the Department.

National Association of Agri-Food Supervisory Agencies (NAASA)

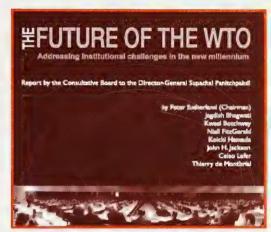
Council is a member of the National Association of Agri-Food Supervisory Agencies. NAASA is comprised of the Council and eleven provincial and territorial supervisory boards.

NAASA meets from time to time to discuss matters relating to the operations and issues of the national supply management agencies for poultry and eggs. These supervisory boards have regulatory responsibility for marketing boards and agencies for supply managed and other products within their jurisdictions.



Meeting with CTMA Executive.

The Council played a leading role in NAASA's consultations with stakeholders and industry associations in 2004. The main issues discussed at NAASA meetings were the renewal of FPAs and other key issues faced by industries, agencies and governments such as improving communications amongst all parties.



World Trade Organization

WTO has been one of the most important issues at the government, agency and industry levels in 2004. The focus of the negotiations is achieving substantive improvements in market access, elimination of export subsidies and the reduction of trade-distorting domestic support for agriculture.

In July 2004, WTO members agreed on a framework for agriculture that supported many of Canada's objectives, namely reductions in trade-distorting domestic support, elimination of export subsidies and improvements in market access. Although Canada's supply managed poultry and egg producers view the framework agreement as an improvement over earlier proposals, producers nevertheless have voiced concerns about challenges the industry faces respecting future negotiations on domestic support, market access and on the effective level of tariffs.

Year In Review 2004







Poultry Markets Information Working Group (PMIWG)

To improve the strength, competitiveness and profitability of the Canadian agriculture and agri-food industry, the Council pilots the Poultry Markets Information Working Group, made up of representatives of the four agencies, the two processor associations and government departments. The PMIWG meets regularly to work towards the development of a credible and accurate statistical database for the poultry and egg industry -- essential to support the supply management system.

In 2004, Council staff worked with Agriculture and Agri-Food Canada Market and Industry Services Branch staff to move the process forward. Council staff also assisted the Canadian Food Inspection Agency with the data capture of records reporting poultry meat exports to the United States for the 2003 calendar year. In order to fulfil its duties, the Council is committed to continue in 2005 to support the efforts of the Group to put in place a common base of production, storage stocks, consumption and trade data. For this to succeed, an industry/government agreement will have to be reached on the parameters of a data collection and dissemination mechanism.

Forum on Grocery and Food Service Trends

In May 2004, the Council reached a milestone on the road to improving consumer-focused collaboration among industry participants and with governments along the poultry and egg supply chains by hosting a Forum on Grocery and Food Service Trends in Ottawa. This event brought together

leaders of the poultry and egg industry, representatives from the grocery, food-service and distributors sectors, subject matter academics, as well as federal and provincial government representatives, to discuss trends in the marketplace and the impact on today's consumer.

Five key speakers -- Allan Gregg, Chairman of the Strategic Counsel: Nick Jennery, President of the Canadian Council of Grocery Distributors; Craig Watson, Vice-President of Quality Assurance of Sysco Inc.; Cora Tsouflidou, Founder, President and CEO of Chez Cora, and David E. Bell, Professor of Agriculture and Business at Harvard Business School -discussed the current situation in the grocery and food service business. They piloted dialogue on major changes in the industry, key drivers in consumer behaviour,





the concept of value chain in the industry, as well as challenges and opportunities in the grocery and food sector. Group discussions allowed participants to give their impressions of the topics presented by the panel and to understand current conditions and future perspectives of the agri-food industry.

This forum was a solid foundation for effective communication, presented a "Big Picture" of the industry and brought out ideas of improved partnership, collective vision and shared prosperity.

Positive feedback was received on the overall event and

on the outstanding presentations of the guest speakers. Participants also valued an event that enables the transfer of knowledge and promotes effective entrepreneurship throughout the country.

Council is looking forward to meeting with leaders of the poultry and egg industry to further discuss outcomes and initiatives for a flourishing and successful future for Canada's poultry and egg agri-food sector.

Environmental Scan

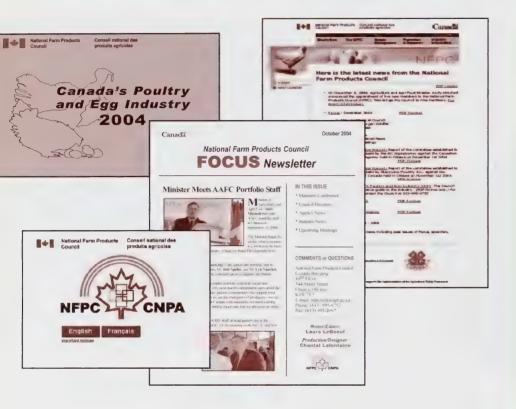
In order to monitor its operating environment, the Council has met frequently with the agencies, related industry stakeholders and associations. These meetings have kept the Council informed on major issues: production trends and the increased role of technology; consumption trends in the poultry and egg markets; and development and promotion of the grocery and food service industry.

In 2004, Council staff participated in a number of forums and workshops locally and around the world in order to build knowledge on trends and developments in the agriculture and agri-food sector. Council members and staff also attended all Agency annual meetings, stakeholders' special meetings and most provincial commodity board annual meetings. Council members and staff attended the annual meeting of the Canadian Poultry and Egg Processors Council, as well as meetings of the Canadian Cattlemen's Association, the Council of

Canadian Administrative Tribunals, the Canadian 4H Council, the Royal Agricultural Winter Fair, and the Canadian Federation of Agriculture.

In recent years, Council has undertaken a number of international initiatives, including an industry mission to Brazil in September 2003, attending ANUGA in Germany in 2001, and hosting a booth at Foodex Japan in 2001. This year, Council kept up its commitments on the international front by participating in a number of events. One of these was SIAL Paris, the world's largest food and food products showcase, where buyers and sellers from around the world met to promote their innovative products and share business approaches.

The Council attended this year's event to observe and evaluate the show as a marketing venue for the world's poultry and beef exporters. Other events included the meeting of the Special Advisory Committee on Management Issues initiated by the Inter-American Institute for Cooperation on Agriculture (IICA) to discuss their new vision, which is "to promote food security and prosperity of the rural sector of the Americas". IICA is a specialized agency of the inter-American system, whose purpose is to encourage and support the efforts of its member states to foster agricultural development and rural well-being in their countries. In addition, Council was represented at the **USDA** Outlook Conference in February 2004.



Modern Comptrollership Implementation

The first step in implementing modern comptrollership (or modern management practices) at the Council was taken in 2003 when a capacity assessment of Council's operations was conducted. As a result of this assessment, various projects were identified to implement improvements to Council's internal operations.

The first was a review and documentation of business processes, which zeroed in on financial administration practices at the Council. A second project was designed to improve the Council's strategic planning and performance measurement processes.

As part of our commitment to remain transparent and accountable to Canadians, the Council will formalize its planning and reporting processes, using a detailed risk analysis model as part of its activities in this area. Most of this work will be completed in 2005.

As risk management is part of modern comptrollership, Council is on the right track to assess, manage and mitigate risks related to its activities. Working towards the implementation of our Strategic Vision 2003 -2006, Council will continue to develop processes which will enable it to evaluate significant risks.

Communications Initiatives

Council consistently provided excellent communication resources to inform industry partners and stakeholders in 2004. The FOCUS newsletter received a refreshed look, a new section on International News was added and a new electronic delivery method was introduced. We have seen an increase in our readership of 15% due to our innovative distribution system and have received positive feedback regarding the design and content of FOCUS.

Council staff continued to update and improve Council's website, making it more accessible, userfriendly and informative for visitors. The home page and the contacts pages for the supply marketing agencies and provincial governments received the most hits. We also answered many email requests for information. As directed by the Treasury Board of Canada Secretariat, a new section on contracts, travel and hospitality expenses and position reclassifications was added.

To improve markets information sharing in the industry, the third edition of Canada's Poultry and Egg Industry handbook was released late in the summer. This all-in-one reference guide provides a wide range of facts and statistical data on the poultry and egg industry. This practical tool benefits the industry, the academic world, government departments and Members of Parliament.

State of the Industry

Industry at a Glance

On-farm Food Safety

Food safety has become a serious preoccupation for governments, industry and consumers, particularly as a result of Bovine Spongiform Encephalopathy (BSE) and Avian Influenza (AI) being detected in Canada. The agricultural sector is committed to producing safe food and protecting food quality at the farm level. Since 1991, CFIA has developed a Food Safety Enhancement Program (FSEP) to motivate and maintain the development and implementation of Hazard Analysis Critical

the development and

Control Point (HACCP) practices and standards. This system is internationally recognized and is comprised of a set of seven basic principles that enable all federally registered meat, dairy, shell egg, processed egg, poultry hatchery and other food sector establishments to prevent and control potential food safety hazards.

All agencies continue to work in collaboration with governments, the CFIA and other organizations to ensure that their respective industries are operating in a safe environment and are capable of providing safe products to the Canadian and international markets. They have put in place technical working groups and committees to move forward with these food safety programs and to monitor their development.

The recognition of HACCP-based on-farm food safety programs by the government is important for Canada's domestic and international reputation for food safety and quality and markets for Canadian products may be expanded as a result.

the Province of British Columbia and the poultry industry. To contain and eradicate the virus, 410 commercial poultry farms and 553 backyard flocks were depopulated totaling 14.9 million commercial and 18 thousand backyard birds. The emergency response operation was carried out by all levels of government, industry and area residents and was successful in eradicating the disease from domestic birds in the affected area.

The Council helped to sponsor and participated in the Canadian Poultry Industry Forum held in Abbotsford,* B.C. on October 27 & 28, 2004. The purpose of the Forum was to discuss plans to ensure that any future poultry disease outbreaks in Canada are well handled.

According to the December 2004 report on the Forum, the economic cost of the outbreak is estimated in the hundreds of millions of dollars. The theme of the forum was "Avian Influenza ...Lessons learned and moving forward". The event brought together more than 180 industry stakeholders from across Canada.

Avian Influenza

In February, 2004, a highly pathogenic Avian Influenza outbreak occurred in the Fraser Valley of British Columbia. The AI outbreak spread from farm to farm causing considerable damage to the poultry and egg industry. As a result, the former Minister of Agriculture and Agri-Food Canada the Honourable Bob Speller announced the depopulation of all commercial poultry flocks and other backyard birds in the Control Area in British Columbia's Fraser Valley. The decision was based on the recommendation of the Canadian Food Inspection Agency in consultation with



The Council congratulates the agencies, governments, and industry stakeholders on their cooperation in handling the B.C. AI situation, which allowed the B.C. market to be well supplied and helped to minimize the impact of the outbreak on the Canadian industry as a whole. The Council will continue to follow the situation in 2005.

Bovine Spongiform Encephalopathy

The BSE issue has become a major concern for governments and the cattle industry since the confirmation of BSE in Canada in the spring of 2003. The crisis has had a major impact on Canadian exports of live cattle and beef, and has negatively affected the entire agriculture and agri-food sector. The federal government is working domestically with provincial governments and industry and internationally with the U.S. and other countries to better manage this situation.





Agencies at a Glance

Canadian Broiler Hatching Egg Marketing Agency



The Agency had a challenging year. Their hope of reaching a consensus for the renewal of their federal-provincial agreement was jeopardized by Alberta's notice of withdrawal from the Agency in August 2004. Alberta withdrew from the Agency effective December 1, 2004. The main reason for their withdrawal was the inability of all Agency members to reach an agreement on Alberta's share of imports, and the impact of this share of imports on their provincial allocation.

The Agency devoted significant energy to its Canadian Hatching Egg Quality (CHEQ[™]) Program in 2004. During the year, the Canadian Food Inspection Agency announced the successful completion of their Technical Review - Part One, CBHEMA's program for food safety. The objective of this Review is to confirm that the program is technically sound, and adheres to Hazard Analysis Critical Control Point principles. The CHEQ[™] Program will now be

implemented at broiler hatching egg production facilities across Canada before undergoing the remaining stages of the recognition process.

Canadian Egg Marketing Agency

The Agency began the year without quota and levies orders due to two complaints registered with the Council on the Agency's 2004 quota and levies orders by the signatories from British Columbia and Saskatchewan (see Complaints Hearings and Reports). Following the Complaints hearing and at the request of the Agency, with the support of the complainants, interim quota and levies orders were prior-approved by the Council on March 23, with an expiry date for both orders of July 31, 2004. During the period when the Agency did not have quota and levies orders, the Agency received voluntary levy contributions of 25 cents per dozen from producers.

from producers.

With the outbreak of Avian Influenza in British Columbia in February, the Agency became actively involved in ensuring that the B.C. market for table eggs was fully supplied. This involved considerable effort on the part of the Agency however the situation was managed very effectively. The Agency is implementing a program to ensure the orderly repopulation of layer barns over the coming months.



Despite these challenges, the Agency accomplished a number of things in 2004. To ensure food safety, CEMA worked with CFIA to improve their "Start Clean - Stay Clean" program based on HACCP principles. The Agency is working on the technical aspects of the program and hopes that the protocol for implementation will be finalized in the near future. CEMA was actively engaged in work on issues relating to the WTO negotiations and participated in a number of meetings and conferences.

Canadian Turkey Marketing Agency

The Agency faced a number of difficult challenges during 2004. Not unlike the other agencies, one of the main issues was the inability of the turkey signatories to reach consensus on a renewed FPA. At the end of 2003, the British Columbia Minister of Agriculture, Fisheries and Food, the B.C. Farm Industry Review Board and the B.C. Turkey Producers Marketing Board (B.C. signatories) challenged CTMA's allocation methodologies, on the grounds that CTMA failed to take into account the criteria set out in the marketing plan when making over-base quota allocations to provinces (see Complaints Hearings and Reports).



During 2004, another complaint was filed with the Council by Leth Farms Ltd., an Alberta-based vertically integrated producer-processor of organic turkey, on the grounds that the CTMA erred in its calculation of Leth's export marketing. Leth Farms alleged that this resulted in excessive and erroneous levies and penalties being imposed upon it by the Alberta Turkey Producers. After reviewing the grounds for the appeal, the Council informed the complainant that the relief sought was outside the Council's jurisdiction and therefore Council would not take any further action on the matter at that time. In December, the Council received a Notice of Application from the Federal Court of Canada requesting the response of the Attorney General of Canada and the CTMA to an affidavit filed by Leth Farms.

Despite the Agency's best efforts, per capita consumption of turkey has remained unchanged for a number of years. In its ongoing efforts to increase turkey consumption, an innovative multi-media campaign entitled "Turkey for Dinner" was launched early in 2004. However, the campaign will not continue in 2005 as the agreed-upon full participation of producers and processors was not sustained. Such a promotional campaign could have greatly assisted the industry in increasing turkey consumption, providing benefits to the Agency, industry and consumers.

In late 2004, a significant opportunity for industry growth presented itself in the form of a new deli-style turkey sandwich launched by McDonald's Restaurants. Council sincerely hopes that this venture will give turkey consumption a much-needed boost.



McDonald's NEW Turkey BLT.

Like the other agencies, the CTMA was actively involved in work relating to the WTO negotiations.

Chicken Farmers of Canada

For a number of years, the Agency has been committed to track trends and monitor consumption of chicken across the country every three years. In 2004, a fourth national survey of consumers' use of and attitude towards chicken was completed. This study indicates that chicken continues to



grow in popularity and is the meat of choice for a growing number of Canadians. The continued success of the chicken industry depends on its ability to adapt to the changing marketplace. It is essential to recognize changing demographics, changing lifestyles, and the impact of consumers' desire for healthy foods.

The Agency has taken a leadership role in ensuring the quality and safety of its product. CFC's on-farm food safety program, called Safe, Safer, and Safest, has been recognized by the Canadian Food Inspection Agency and involves a food safety manual, third-party validation of on-farm practices. Safe, Safer Safest was first introduced to producers in 1998. It was developed by farmers for farmers and respects Canadian regulatory requirements. The program combines good production practices (GPP) and internationally recognized Hazard Analysis Critical Control Point (HACCP) principles into chicken production.

Allocation setting continued to be a difficult issue for the Chicken Farmers of Canada in 2004. Downstream stakeholders voiced concerns regarding the allocation process at various times during the year. To CFC's credit they convened a special stakeholders meeting in Ottawa in September to examine allocation issues and to find ways of improving the process. There was a general consensus that a long-term, fact-based approach to allocation is required. However, the issue of differential growth remained a contentious one. The Share the Market Working Group, consisting of farmers and downstream players, was created to look at long-term allocation setting and to identify and evaluate methodologies for differential growth. The report will be presented to CFC Directors at their March 2005 Annual General Meeting.

Canadian Beef Cattle Research, Market Development and Promotion Agency

The Agency was close to finalizing service agreements and levy orders with provincial boards in 2003 when the first case of BSE was discovered in Canada. This unforeseen event had a negative impact on the Agency's work and created a funding crisis. The Agency had been collecting voluntary levies from beef producers in some provinces. In the months following the discovery of BSE, its funding dropped by approximately 75% and has not yet recovered to the pre-BSE level.

In recognition of this situation and to help the beef Agency to continue to operate, the Council implemented an administrative arrangement with the Agency's Executive Director through the federal government's Interchange Canada program. This arrangement provided the necessary funding to allow the Agency to continue work on the service agreements and levies orders. Council staff worked with federal legal counsel and Agency lawyers to develop levies orders that would meet the needs of beef producers.

The Agency anticipates submitting its first levies orders on domestic production by March 2005 and on imports later in the year.





Looking Forward

Two years into its 2003-2006 Strategic Vision, the Council has achieved significant progress towards its strategic goals despite several challenges along the way. In 2005, the Council will continue pressing on towards achieving its strategic objectives.

In its role as overseer of the agencies' operations and facilitator for industry development, the Council will continue to work towards the outcomes set out in its strategic vision. The Council will also continue to take seriously its leadership role with respect to the regulatory framework for supply management and its capacity to stimulate progress and innovative thinking within the agencies and the industry.

As we move into 2005, the Council will work cooperatively with stakeholders to review its agenda and priorities for 2005 and will use their input in developing Council's 2006 -2009 strategic plan. Again, the Council is entirely committed to achieving its goals with the support of its new members, staff and industry representatives.



Legislative Framework

Under Canada's Constitution, agriculture is divided into two jurisdictions; the federal jurisdiction encompassing interprovincial and export marketing and the provincial jurisdiction covering intraprovincial marketing. Any national program must be constructed to respect these two separate but interlinked jurisdictions. The federal government and each province, pursuant to the Constitution, put in place a framework within their own jurisdiction and authority. Structurally, the frameworks have similar parallel components although at the provincial level, there may be some distinctly provincial features.

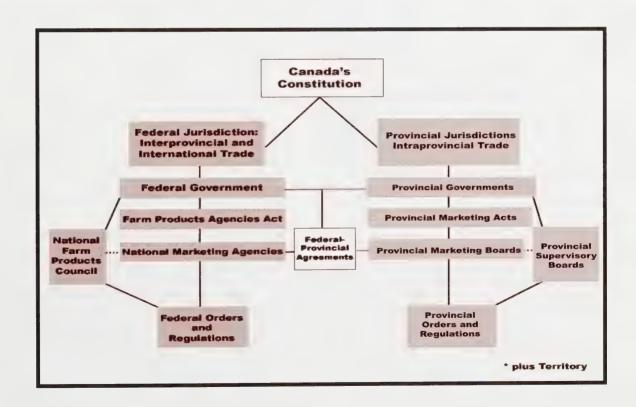
The supply management system rests on four key pillars:

Provincial and territorial legislation governing commodity and supervisory boards.

The Farm Products Marketing Agencies Act of 1972 enables producer groups to set up national marketing agencies.

Federal proclamations to establish each of the national marketing agencies.

Federal, provincial and territorial agreements provide the details for operating the system by setting out how each national marketing agency must operate.



Industry Contacts

Chicken Farmers of Canada

350 Sparks St., Suite 1007 Ottawa, Ontario K1R 788 Phone: (613) 241-2800

Fax: (613) 241-5999 Website: www.chicken.ca

Contact: Mr. Mike Dungate, General Manager



Canadian Turkey Marketing Agency

7145 West Credit Avenue, Building #1, Suite 202 Mississauga, Ontario L5N 6J7

Phone: (905) 812-3140 Fax: (905) 812-9326

Website: www.canadianturkey.ca Contact: Mr. Phil Boyd, Executive Director



Canadian Egg Marketing Agency

1501 - 112 Kent Street Ottawa, Ontario K1P 5P2 Phone: (613) 238-2514 Fax: (613) 238-1967

Website: www.canadaegg.ca

Contact: Mr. Tim Lambert, Executive Director



Canadian Poultry and Egg Processors Council

1545 Carling Avenue, Suite 400 Ottawa, Ontario K1Z 8P9 Phone: (613) 724-6605 Fax: (613) 724-4577

Website: www.cpepc.ca

Contact: Mr. Robin Horel, President and CEO



Canadian Broiler Hatching Egg Marketing Agency

75 Albert Street, Suite 1101 Ottawa, Ontario K1P 5E7

Phone: (613) 232-3023 Fax: (613) 232-5241 Website: www.cbhema.com

Contact: Mr. Errol Halkai, General Manager



Further Poultry Processors Association of Canada

2525 St. Laurent Blvd., Suite 203 Ottawa, Ontario

K1G 4K6

Phone: (613) 738-1175 Fax: (613) 733-9501

Website: www.sympatico.ca/fppac Contact: Mr. Robert DeValk, General Manager



The Canadian Beef Cattle Research, Market Development and Promotion Agency

310, 6715-8th Street, N.E. Calgary, Alberta T2E 7H7 Phone: (403) 275 8558

Fax: (403) 274-5686

Contact: Ms. Gina Grosenick, Executive Director



We'd like your comments...

Your suggestions and input are important and helps us to improve the quality of our services. Your feedback is greatly appreciated.

Fax or mail your comments and/or suggestions to the number or address below. Please be assured that your privacy is respected and your responses will remain anonymous.

Email: NFPCWEB@agr.gc.ca

Fax: (613) 995-2097

Mail: NFPC, 344 Slater St., 10th floor, Ottawa, ON K1R 7Y3

appreciees.

Téléc.: (403) 274-5686 Tél.: (403) 275-8558

T2E 7H7 СаІвагу, Аїретта 310, 6715 - 8e rue, N.E. poncherie

Points de contact



Tél.: (905) 812-3140 4r9 N97 (orisinO) sgusssissiM 7145, avenue West Credit, édifice #/, pièce 202 Office canadien de commercialisaton du dindon

Personne-ressource : M. Phil Boyd, directeur général

Site web: www.canadianturkey.ca Téléc.: (905) 812-9326

d'oeufs et de volailles Conseil canadien des transformateurs

Tél.: (613)724-6605 648 ZIX (Ontaino) swatto

Site web: www.cpepc.ca Téléc.: (613) 724-4577

1545, avenue Carling, pièce 400

Personne-ressource: M. Robin Horel, président et chef de la direction

Association canadienne des

2525, boul. St.-Laurent, pièce 203

surtransformateurs de volailles

KIC TKP **1**ppac (ontaino) swatto

Personne-ressource : M. Robert DeValk, directeur général Site web: www.sympatico.ca/fppac Téléc.: (613) 733-9501 Tél.: (613) 738-1175 des oeufs d'Incubation de poulet à chair การเล เลกอยายา

Adresse: CNPA, 344, rue Slater, 10e étage, Ottawa, ON K1R 7Y3 Telec.: (613) 995-2097 Courriel: NFPCWEB@agr.gc.ca

Envoyer tout commentaires et/ou suggestions par télécopieur ou par la poste au numéro et à l'adresse postale indiqués ci-dessous.

Votre feedback et suggestions sont importantes et nous aide d'avantage à améliorer la qualité de nos services. Vos réponses sont très

уяцкадыв уваис) HACCHING ESS

oeufs d'incubation de poulet à chair Office canadien de commercialisation des

Soyez assuré que vos réponses demeureront anonymes.

Mous voulons vos commentaires...

Personne-ressource: Mme Gina Grosenick, directrice exécutive

marches et de promotion des boivins de Office de recherche, de développement des

Personne-ressource : M. Errol Halkai, directeur général

Personne-ressource: M. Tim Lambert, directeur general

Site web: www.canadaegg.ca Téléc.: (613) 238-1967

Site web: www.cbhema.com

Téléc.: (613) 232-5241

75, rue Albert, pièce 1101

Tél.: (613) 232-3023

(OntatnO) swattO

KIP 5E7

Tél.: (613) 238-2514 K1P 5P2

(Ontario) swattO

1501 - 112, rue Kent

Office canadien de commercialisation des oeufs

Personne-ressource : M. Mike Dungate, directeur général Site web: www.poulet.ca

Téléc.: (613) 241-5999 Tél.: (613) 241-2800

K1R 758 (orietnO) swattO

320' rue Sparks, pièce 1007

Les Producteurs de poulet du Canada



Sadre législatif

En vertu de la Constitution canadienne, l'agriculture relève de la compétence à la fois du niveau fédéral (commercialisation sur les marchés interprovincial et d'exportation) et du niveau provincial (commercialisation intraprovinciale). Tout programme national doit être structuré de façon à respecter ces compétences distinctes mais néanmoins interreliées. En application des dispositions constitutionnelles, le gouvernement fédéral et celui de chaque province ont mis en place un cadre conforme à leurs propres compétences et pouvoirs. Structurellement, ces cadres sont élaborés de façon similaire et parallèle, conforme à leurs propries compétences et pouvoirs. Structurellement, ces cadres sont élaborés de façon similaire et parallèle, bien qu'au niveau provincial certaines dispositions peuvent être distinctes.

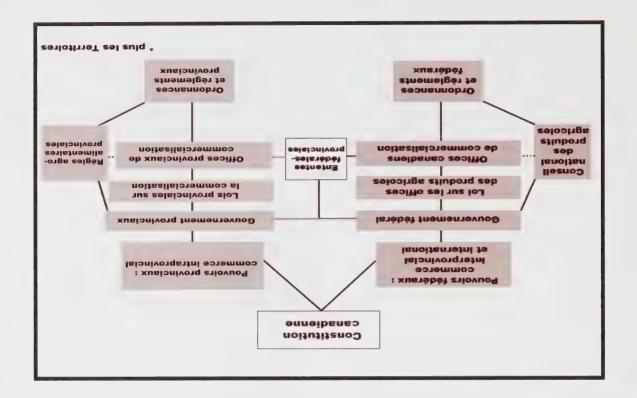
Le régime de gestion de l'offre repose sur quatre principaux piliers:

les lois provinciales et territoriales régissant les régies agroalimentaires provinciales et leurs offices de commercialisation respectifs;

la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme de 1972, qui habilite les groupes de producteurs à créer des offices canadiens de commercialisation;

la proclamation fédérale établissant chacun des offices canadiens de commercialisation; et

l'accord fédéral-provincial-territorial qui établit le cadre opérationnel du système pour chaque office canadien de commercialisation en énonçant le mode de fonctionnement de cet office.





Perspectives d'avenir

à la réalisation de ses objectifs stratégiques. malgré plusieurs défis à relever pour ce faire. En 2005, le Conseil continuera à travailler Conseil a fait d'importants progrès vers la réalisation de ses buts stratégiques Deux ans après avoir adopté sa vision stratégique pour la période 2003-2006, le

29103/19E 21/10019

2006-2009

STRATÉGIQUE

5003-500 STRATÉGIQUE

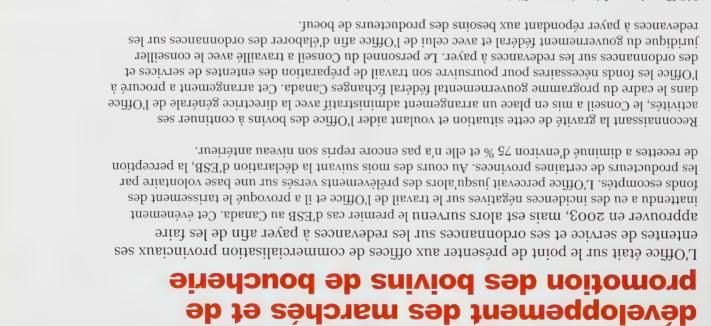
NOISIA

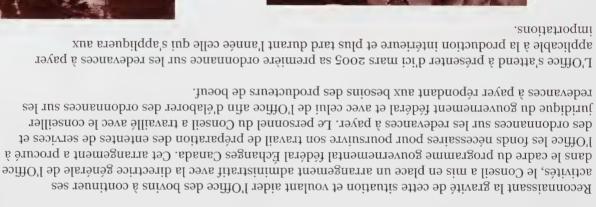
NOISIA

Dans son rôle de superviseur des activités des offices et de promoteur du

membres, de son personnel et des représentants de l'industrie. Sab lanoiren liaznoa s'est engagé sans réserve à réaliser ses buts avec l'appui de ses nouveaux pour la période 2006-2009. Comme on l'a déjà mentionné, le Conseil rétroaction de ces intervenants pour élaborer son plan stratégique d'action et ses priorités pour cette nouvelle année et il utilisera la étroitement avec les intervenants en vue de réviser son programme Au moment d'entamer l'année 2005, le Conseil entend collaborer des offices et de l'industrie. capacité de stimuler les progrès et les modes de penser innovateurs au sein

> de file relativement au cadre réglementaire régissant la gestion de l'offre et à sa sa vision stratégique. Il continuera aussi à assumer sérieusement son rôle de chef développement de l'industrie, le Conseil continuera à travailler à la réalisation de





Office canadien de recherche, de



Nouveau sandwich à la dinde de McDons

Malgré tous les efforts consentis par l'Office, la consommation de dindon par habitant reste inchangée depuis un certain nombre d'années. Actuellement, les efforts visant à accroître la consommation de dindon comprennent une campagne multimédia novatrice intitulée " Dindon au menu " lancée au début de 2004. Toutefois, la campagne ne continuera pas en 2005 car elle n'a pas recueilli l'appui de tous les producteurs et transformateurs. Une campagne de promotion de cette envergure aurait pu aider considérablement l'industrie à accroître la consommation de dindon, rapportant ainsi d'intéressants avantages à l'Office, à l'industrie et aux consommateurs.

À la fin de 2004, une importante possibilité de croissance s'est présentée à l'industrie sous la forme d'un sandwich de charcuterie de dindon que lançait la chaîne de restauration McDonald. Le Conseil espère sincèrement que cette innovation apportera au secteur du dindon la croissance de la consommation dont il a tant besoin. Comme les autres offices, l'OCCD a activement participé au travail préparatoire aux négociations de l'OMC.

Producteurs de poulet du Canada

Depuis longtemps déjà, l'Office s'acquitte de son engagement à faire le suivi des tendances et à surveiller la consommation de poulet dans tout le pays à intervalles de trois ans. En 2004, il a

effectué un quatrième sondage national touchant l'utilisation par les consommateurs et leur attitude à l'égard du poulet. Cette étude a indiqué que le poulet continue à croître en popularité et qu'il est la viande de choix d'un nombre croissant de Canadiens. Le succès continu de l'industrie du poulet repose sur la capacité d'adaptation aux conditions changeantes du marché. Il est essentiel de reconnaître les changements démographiques, les modifications du style de vie et les incidences de la demande d'aliments sains par les consommateurs.

L'Office a assumé un rôle de chef de file en assurant la qualité et la salubrité de ses produits. Le programme de salubrité alimentaire à la ferme mis en place par les PPC et intitulé " Votre propre poulet " a reçu l'aval de l'Agence canadienne d'inspection des aliments et il comprend un guide de salubrité alimentaire ainsi que la validation indépendante des pratiques à la ferme. Le programme " Votre propre poulet " a été initialement présenté aux producteurs en 1998. Il avait été élaboré par les producteurs pour les producteurs conformément aux dispositions réglementaires canadiennes. Il conformément aux dispositions réglementaires canadiennes. Il

intègre dans la production de poulet un code de bonnes pratiques de production et les principes internationalement reconnus du système ARMPC (analyse des risques et maîtrise de points critiques).

En 2004, l'attribution des contingents constitue encore une épine dans le pied des Producteurs de poulet du Canada. Durant l'année, les intervenants en aval ont exprimé à plusieurs reprises leurs préoccupations concernant le processus de contingentement. Assumant leurs responsabilités, les PPC ont convoqué une réunion spéciale des intervenants à Ottawa en septembre pour examiner les divers aspects du contingentement et pour trouver des façons d'améliorer le processus. Il existait un consensus général selon lequel il était nécessaire d'adopter une méthode de contingentement à long terme et fondée sur les faits. Toutefois, la question de croissance différentielle est restée source de discorde. Le Groupe de travail pour l'échange d'information sur les marchés, qui regroupe des producteurs et des intervenants en aval, a été mis sur pied pour examiner les matronées à long terme d'attribution des contingents et pour définir et évaluer des méthodes de croissance différentielles. Son rapport sera présenté aux administrateurs des PPC lors de l'assemblée générale annuelle de l'office en mars 2005.

Office canadien de commercialisation des oeufs



L'Office a entamé l'année sans règlement sur le contingentement et sans ordonnance sur les redevances à payer, à cause de deux plaintes que les signataires de la Colombie-Britannique et ceux de la Saskatchewan avaient déposées auprès du Conseil concernant le règlement sur le contingentement et l'ordonnance sur les redevances à payer de l'Office pour 2004 (voir la section "Audience faite par l'Office et avec l'appui des plaignants, le Conseil a approuvé au préalable le 23 mars un règlement sur le contingentement et une ordonnance sur les redevances à payer intérimaires ayant tous deux comme date d'expiration le 31 juillet 2004. Durant la période au cours de laquelle l'Office ne disposait pas de règlement sur le contingentement et ni d'ordonnance sur les redevances à payer. l'Office a reçu à titre de prélèvement le ni d'ordonnance sur les redevances à payer, l'Office a reçu à titre de prélèvement les ni d'ordonnance sur les producteurs sur une base volontaire

Avec l'arrivée de la grippe aviaire en Colombie-Britannique en février, l'Office a dû travailler activement en vue d'approvisionner convenablement le marché des œufs de consommation dans cette province. L'Office a consenti des efforts considérables pour y arriver, et il s'est acquitté très efficacement de cette tâche. Il applique actuellement un programme visant à repeupler méthodiquement les poulaillers au cours des prochains mois. Malgré ces défis, l'Office a accompli un certain nombre de réalisations en 2004. En vue de préserver la salubrité alimentaire, l'OCCO a travaillé de concert avec l'ACIA pour améliorer son programme " Propreté d'abord - Propreté toujours " qui est fondé sur les principes de l'ARMPC. L'Office s'applique à régler les aspects techniques du programme et il espère en terminer sous peu le protocole de mise en oeuvre. L'OCCO a participé activement à régler les questions touchant les négociations de l'OMC et il a asseisté à un certain nombre de réunions et de conférences.

Office canadien de commercialisation du dindon

L'Office a eu à relever un certain nombre d'exigeants défis en 2004. Comme c'était le cas pour les autres offices, l'un des principaux problèmes a été que les signataires souscrivant au plan du dindon ont été incapables d'établir un consensus sur le renouvellement de leur AFP. À la fin de

2003, le ministre de l'Agriculture, Fisheries and Food de la Colombie-Britannique, le B.C. Farm Industry Review Board et le B.C. Turkey Producers Marketing Board (les signataires de la C. B.) ont contesté les méthodes de contingentement utilisées par l'OCCD, alléguant que cet office avait omis de prendre en considération les critères énoncés dans le plan de commercialisation lorsqu'il a attribué les contingents en sus de la base aux provinces (voir la section " Audience des plaintes et rapports connexes ").

En 2004, une autre plainte a été déposée devant le Conseil par la société Leth Farms Ltd., un producteur-transformateur verticalement intégré de l'Alberta commercialisant du dindon organique, qui alléguait que l'OCCD avait commis une erreur lors du calcul de la quantité commercialisée par cette firme en vertu de la Politique d'exportation. Selon la firme Leth Farms, l'Alberta Turkey Producers lui a imposé un montant excessif de prélèvements et de pénalités. Après avoir examiné les motifs à l'appui de l'appel, le Conseil a informé le plaignant que le redressement demandé n'était pas de son ressort et

qu'il lui était donc impossible de prendre quelque mesure en la matière pour le moment. En décembre, le Conseil a reçu de la Cour fédérale du Canada un avis de requête demandant la réponse du Procureur général du Canada et de l'OCCD à un affidavit déposé par la firme Leth Farms.



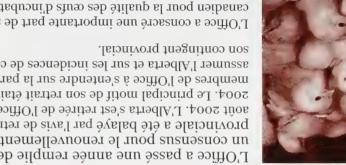
(25 cents la douzaine).

qu'on procède aux autres étapes du processus de reconnaissance. installations de production d'œuts d'incubation de poulets à chair à l'échelle du pays avant (ARMPC). Le programme PCQOIMD est désormais prêt à être mis en oeuvre dans les conforme aux principes du système d'analyse des risques et maîtrise de points critiques



objet de confirmer que le programme est techniquement solide et qu'il est alimentaire) de son examen technique à l'OCCOIPC. Cet examen a pour qu'elle avait terminé la première partie (programme de salubrité Durant l'année, l'Agence canadienne d'inspection des aliments a annoncé canadien pour la qualité des œufs d'incubation (PCQOIMD) en 2004. L'Office a consacré une importante part de ses énergies au Programme

assumer l'Alberta et sur les incidences de cette part des importations sur membres de l'Office à s'entendre sur la part des importations que devait 2004. Le principal motif de son retrait était l'incapacité de tous les août 2004. L'Alberta s'est retirée de l'Office à compter du 1er décembre



provinciale a été balayé par l'avis de retrait qu'a signifié l'Alberta en un consensus pour le renouvellement de son entente fédérale-L'Office a passé une année remplie de défis. Son espoir d'établir

oeufs d'incubation de poulets à chair Office canadien de commercialisation des

supervision de l'Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de protéger les revenus des producteurs et d'élargir l'accès aux marchés étrangers. Dans le cadre de son rôle de d'accroître la capacité d'abattage, de fournir des animaux compatibles avec la capacité d'abattage disponible, de

Les offices en bref

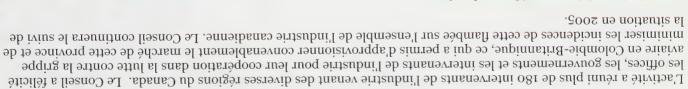
Un certain nombre d'options précises ont fait l'objet de discussions aux Etats-Unis et d'autres pays sur la scène internationale. gouvernements provinciaux et avec l'industrie sur le plan intérieur, et avec les

boucherie, le Conseil continuera à faire le suivi des développements relatifs à l'ESB.

situation, le gouvernement fédéral travaille de concert avec les l'ensemble du secteur agricole et agroalimentaire. Pour mieux gérer cette exportations canadiennes de bovins et de boeuf, et elle a gravement affecté confirmée au printemps 2003. Cette crise a fortement perturbé les l'industrie des bourns de boucherie depuis que sa présence au Canada a été L'ESB constitue un sérieux problème pour les gouvernements et pour

niveaux fédéral et provincial en vue de rouvrir la frontière américaine,





Etat de l'industrie

L'industrie en bref

Salubrité alimentaire à la ferme

conformes à l'analyse des risques et maîtrise de points critiques préserver l'élaboration et la mise en oeuvre de pratiques et de normes d'amélioration de la salubrité des aliments (PASA) destiné à motiver et à niveau de la ferme. Depuis 1991, l'ACIA applique son Programme tournir des aliments sains et à préserver la qualité des aliments au aviaire qui ont touché le Canada. Le secteur agricole s'est engagé à ment suite à l'encéphalopathie spongiforme bovine (ESB) et à la grippe pour les gouvernements, l'industrie et les consommateurs, particulière-La salubrité alimentaire est devenue une très importante préoccupation

semplables. transformation, de couvoirs et d'autres aliments consommation, d'œufs destinés à la viandes, de produits laitiers, d'œuts de fédéral qui sont associés à la commercialisation de d'insalubrité dans les établissements enregistrés au prévenir et à contrer tout éventuel risque ensemble de sept principes fondamentaux visant à reconnu à l'échelle internationale comprend un (ARMPC; ou HACCP en anglais). Ce système

responsables d'appliquer les programmes de groupes de travail techniques et des comités qu'internationaux. Ces offices ont mis en place des des produits sains sur les marchés tant canadiens environnement sain et soit en mesure de fournir industrie respective fonctionne dans un autres organismes pour faire en sorte que leur de concert avec les gouvernements, l'ACIA et les Tous les offices canadiens continuent à travailler

intérieurs qu'internationaux et pour ouvrir des qualité dont jouissent les produits canadiens sur les marchés tant cruciale pour préserver la réputation de salubrité alimentaire et de salubrité alimentaire à la ferme fondés sur le système ARMPC est reconnaissance que le gouvernement accorde aux programmes de salubrité alimentaire et d'en surveiller le fonctionnement. La

débouchés supplémentaires à nos produits.



oiseaux de basse-cour dans la zone de contrôle située troupeaux commerciaux de volailles et d'autres Bob Speller, a annonce l'abattage intègral de tous les l'Agriculture et Agroalimentaire Canada, l'honorable des œufs. Par conséquent, l'ancien ministre de considérables dommages à l'industrie de la volaille et aviaire s'est propagée d'une ferme à l'autre, causant de en Colombie-Britannique. La flambée de grippe aviaire fortement pathogène dans la Vallée du Fraser, En tévrier 2004, s'est déclarée une flambée de grippe



perspectives d'avenir."

Forum était "La grippe

aviaire...Leçons apprises et

millions de dollars. Le thème du

tes sédmalt al ab aupimonos tûos

Forum publié en décembre 2004, le

volaille au Canada. Selon les chiffres

éventuelle flambée de maladie de la

améliorer la lutte contre toute autre

octobre 2004. Le Forum avait pour 8s tə √s səl (.d-.) brotstodd & uəil de l'industrie de la volaille, qui a eu

Conseil a appuyé le Forum canadien

titre de parrain et de participant, le oiseaux dans la région touchée. A

éradiqué le virus qui attaquait les

couronnées de succès car on a

résidents de la région, ont été

gouvernement, l'industrie et les appliquées à tous les niveaux de

troupeaux. Les mesures d'urgence,

volaille et de 553 petits producteurs,

le virus, on a procédé à l'abattage volaille. Pour localiser et éradiquer

Britannique et de l'industrie de la

le gouvernement de la Colombiedes aliments après consultation avec de l'Agence canadienne d'inspection

était fondée sur la recommandation Colombie-Britannique. La décision

dans la Vallée du Fraser, en

milliers d'oiseaux pour les petits

troupeaux commerciaux et 18

millions d'oiseaux pour les

ce qui signifiait au total 14,9

producteurs commerciaux de intégral des troupeaux de 410

pnt de discuter des plans visant à

estimé à plusieurs centaines de

cités dans le compte rendu du

mportants. pour évaluer les risques élaborer les processus nécessaires

communications matière de Initiatives en

rétroaction positive concernant sa diffusion, et nous avons reçu une 15 % grâce à notre mode novateur de lecteurs de FOCUS a augmenté de maintenant offert. Le nombre de diffusion électronique est ajontée; et un nouveau mode de sur la scène internationale a été section touchant les développements rajeunissement; une nouvelle bulletin FOCUS a subi une cure de tout au long de l'année 2004. Le l'industrie et aux autres intervenants d'information à ses associés de services de communication et Le Conseil a fourni d'excellents

l'offre. De plus, nous avons répondu Le personnel du Conseil a continué conception et son contenu.

ministères et aux députés. au monde universitaire, aux pratique est très utile à l'industrie, volaille et des œufs. Cet outil statistiques sur l'industrie de la une mine de faits et de données référence fort exhaustif constitue vers la fin de l'été. Ce guide de volaille et des œuts a été publiée guide Industrie canadienne de la marches, la troisieme édition du l'échange d'information sur les promouvoir au sein de l'industrie reclassification de postes. Pour frais de représentation, ainsi que la contrats, les déplacements et les nouvelle section touchant les Canada, nous avons ajouté une Secrétariat du Conseil du Trésor du Conformément aux directives du demandant de l'information. à de nombreux courriels responsables de la gestion de offices de commercialisation gouvernements provinciaux et leurs les pages de liens avec les principalement la page d'accueil et Ces derniers ont consulté plus informatif pour les visiteurs. plus accessible, plus convivial et web du Conseil, afin de le rendre à mettre à jour et à améliorer le site

Le ministre rencontre le personnel du portefeuille d'AAC FOCUS Bulletin Conseil national des produits agricoles **7007** stugo sab ta allialov al eb enneibenso eittsubni

des représentants à l'USDA Outlook Conference en février 2004. dèveloppement agricole et leur bien-être rural. En outre, le Conseil a envoyé d'appuyer les efforts de ses Etats membres en vue de promouvoir leur spécialisé du système interaméricain, qui a pour mission d'encourager et et la prospérité du secteur rural dans les Amériques. L'IICA est un organisme discuter de sa nouvelle vision, qui est de promouvoir la salubrité alimentaire l'Institut interaméricain de coopération pour l'agriculture (IICA), afin de réunion du Comité consultatif spécial en matière de gestion, qu'a mis sur pied exportations de volaille et de boeuf. Les autres activités ont compris la exposition peut servir à commercialiser sur les marchés mondiaux nos participé cette année à la SIAL afin d'observer et de déterminer si cette leurs produits novateurs et d'établir des liens commerciaux. Le Conseil a

Mise en oeuvre de la fonction de contrôleur moderne

oeuvre de sa vision stratégique pour 2003-2006, le Conseil continuera à atténuer les risques associés à ses activités. Dans le cadre de la mise en le Conseil s'est déjà engagé dans la bonne voie pour évaluer, gérer et Comme la gestion du risque fait partie de la fonction de contrôleur moderne, détaillée du risque. La majeure partie de ce travail sera effectuée en 2005. planification et de divulgation, utilisant à cette fin un modèle d'analyse redevable envers les Canadiens, le Conseil rendra officiels ses processus de rendement. Conformément à son engagement de rester transparent et améliorer le plan stratégique du Conseil et ses processus de mesure du pratiques de gestion financière du Conseil. Le deuxième projet visait à et à consigner par écrit les processus opérationnels, et il était axé sur les tonctionnement interne du Conseil. Le premier projet consistait à examiner cette évaluation, divers projets ont été repérés pour améliorer le lorsqu'on a effectué une évaluation de sa capacité opérationnelle. Suite à de contrôleur moderne (ou pratiques modernes de gestion) en 2003 Le Conseil a franchi la première étape vers la mise en oeuvre de la fonction

10

tendances en matière de consommation sur les marchés de la volaille et des œufs; et développement et promotion du secteur des épiceries et des services alimentaires.

du monde, afin de promouvoir vendeurs venant de tous les coins en contact des acheteurs et des de produits connexes et qui met exposition mondiale d'aliments et Paris, qui est la plus importante d'elles était la toire SIAL tenue à certain nombre d'activités. L'une internationale en participant à un ses engagements sur la scène Cette année, le Conseil a rempli foire Japonaise Foodex en 2001. en 2001 et tenu un kiosque à la a la toire AUUA en Allemagne Brésil en septembre 2003, assistè piloté une mission industrielle au internationale; il a notamment d'initiatives sur la scène réalisé un certain nombre dernières années, le Conseil a l'agriculture. Au cours des Fédération canadienne de Agricultural Winter Fair et de la des clubs 4H, de la Royal canadiens, du Conseil canadien tribunaux administratifs éleveurs de bovins, du Conseil des l'Association canadienne des d'œufs et de volailles, de canadien des transformateurs l'assemblée annuelle du Conseil En outre, ils ont assisté à commercialisation provinciaux. plupart des offices de assemblées annuelles de la des intervenants et aux canadiens, aux réunions spéciales sasemblées annuelles des offices aussi assisté à toutes les et le personnel du Conseil ont et agroalimentaire. Les membres pements dans le secteur agricole les tendances et les dévelopd'accroître ses connaissances sur tant locale que mondiale afin de forums et d'ateliers à l'échelle a participé à un certain nombre En 2004, le personnel du Conseil

teurs, le concept de chaîne de valeur dans comportement des consommales motifs fondamentaux du ments dans l'industrie, principaux changele dialogue sur les taires. Ils ont orienté services alimendes épiceries et des dans les secteurs situation actuelle discuté de la school), ont Rarvard Business commerce à la agriculture et onellexcellenc (professeur en Cora) et David E. Bell de la direction de Chez (fondatrice, présidente et chef chez Sysco Inc.), Cora Tsouflidou président de l'assurance de la qualité TVIS alimentaire), Craig Watson (vice-Conseil canadien de la distribution Counsel), Nick Jennery (président du étaient Allan Gregg (président de Strategic Les cinq principaux conférenciers, qui

teurs, le concept de chaîre à relever et les possibilités à saisir dans le l'industrie, ainsi que les défis à relever et les possibilités à saisir dans le secteur des épiceries et des aliments.

Lors des discussions en groupe, les participants ont donné leurs impressions concernant les points présentés par les panélistes et ont élargi leur compréhension des conditions actuelles et des perspectives d'avenir dans l'industrie agroalimentaire. Ce forum a établi un solide fondement pour une communication efficace, a brossé le contexte global de l'industrie et a fait ressortir des idées visant à renforcer le partenariat, à préciser une vision collective et à partager la prospérité.

Les participants ont exprimé une rétroaction positive concernant l'activité dans son ensemble et les exposés exceptionnels faits par les conférenciers invités. Ils ont aussi fort apprécié ce forum qui a facilité le transfert de connaissances et a contribué à promouvoir un ardemment réunir de nouveau les chefs de file de l'industrie de la volaille et des œufs pour examiner en profondeur les résultats et les initiatives visant à promouvoir le succès et la prospérité du secteur initiatives visant à promouvoir le succès et la prospérité du secteur agroalimentaire de la volaille et des œufs au Canada.

Analyse de la conjoncture

Pour faire le suivi de l'environnement opérationnel, le Conseil a rencontré à de nombreuses reprises les offices, ainsi que les intervenants des secteurs connexes et leurs associations. Ces réunions ont permis au Conseil de rester bien informé au sujet des principales questions: tendances en matière de production et rôle croissant de la technologie;

alimentaires épiceries et services tendances dans les Forum sur les

en vue de discuter des tendances naires fédéraux et provinciaux certain nombre de fonctionspécialisés en la matière et un plusieurs universitaires distribution alimentaire, services alimentaires et de la représentants des épiceries, des la volaille et des œufs, les les chefs de file des secteurs de et en œufs. Cette activité a réuni d'approvisionnement en volaille à tous les maillons de la chaîne taires, cette activité étant offerte épiceries et des services alimenles tendances dans le secteur des tenant à Ottawa son Forum sur avec les gouvernements en participants de l'industrie et consommateurs entre les coopération axée sur les vers le renforcement de la franchi une importante étape En mai 2004, le Conseil a



Les 11 et 12 mai 2004 - Ottawa







secteur agricole national, d'accès au marché et de niveau efficace des tarifs. industrie concernant les futures négociations en matière de mesures de soutien au néanmoins exprimé leurs préoccupations concernant les défis que doit relever leur constitue une amélioration par rapport aux propositions antérieures, ils ont

(VMITƏ) əllislov al əb cəhərem cəl Groupe de travail concernant l'information sur

essentiel pour le régime de gestion de l'offre. exactes dans le secteur de la volaille et des œufs, ce qui constitue un outil pour travailler à l'élaboration d'une base de données statistiques crédibles et départements du gouvernement. Le GTIMV se réunit sur une base régulière sentants des quatre offices, deux associations de transformateurs et les concernant l'information sur les marchés de la volaille composé de repréagricole et agroalimentaire canadien, le Conseil pilote le Groupe de travail Pour renforcer le dynamisme, la compétitivité et la rentabilité du secteur

collecte des données et le mode de diffusion. gouvernement devront s'entendre pour déterminer les paramètres de entrepot, la consommation et le commerce. Pour cela, l'industrie et le place une base de données commune pour la production, les stocks en poursuivre en 2005 l'appui qu'il apporte au Groupe en vue de mettre en Etats-Unis pour l'année civile 2003. À cette fin, le Conseil s'est engagé à matière de saisie des données sur les exportations de viande de volaille aux Conseil a aussi appuyé l'Agence canadienne d'inspection des aliments en Agroalimentaire Canada, pour faire avancer ce processus. Le personnel du générale des services à l'industrie et aux marchés, à Agriculture et En 2004, le personnel du Conseil a collaboré avec celui de la Direction

associations de l'industrie en 2004. Les principales questions ayant fait l'objet de discussions lors des réunions de l'ANRAA étaient le points touchant les participants de l'industrie, les offices et les gouvernements, notamment l'amélioration des communications entre toutes les parties.



Organisation mondiale du commerce

l'offre considérent que cette entente d'œufs ayant souscrit à la gestion de producteurs canadiens de volaille et l'accès au marché. Bien que les l'exportation et l'amélioration de l'élimination des subventions à sneceptibles de fausser les échanges, soutien au secteur agricole national touche la réduction des mesures de du Canada, notamment en ce qui répondant à de nombreux objectifs convenu d'adopter un cadre agricole 2004, les membres de l'OMC ont de fausser les échanges. En juillet secteur agricole national susceptibles réduction des mesures de soutien au subventions à l'exportation et la l'accès au marché, l'élimination des améliorations concrètes touchant nègociations visent à réaliser des industriels, en 2004. Les canadiens qu'à celui des secteurs gouvernement et des offices préoccupations, tant au niveau du constitué l'une des principales Les négociations de l'OMC ont

réunions et aux activités du portefeuille afin de se tenir au courant des grandes questions et de l'orientation stratégique du Ministère. Le portefeuille d'AAC comprend six organismes : Agriculture et Agroalimentaire Canada; Agence canadienne d'inspection des aliments; Société du crédit agricole Canada; Commission canadienne du grain; Commission canadienne du lait et Conseil national des produits agricoles. Chaque organisme rattaché au portefeuille a son mandat distinct, sa propre structure organisationnelle et ses relations particulières avec le ministre. Pour appuyer le ministre dans la gestion courante de son portefeuille, le gouvernement a nommé un sous-ministre ou chef d'organisme pour chacun des organismes du portefeuille.

Chaque chef d'organisme rattaché au portefeuille est nommé par décret sur la recommandation du ministre. Les responsabilités des chefs d'organisme et leur relations avec le ministre varient selon les ministre exerce divers degrés de contrôle et de responsabilité pour ministre exerce divers degrés de contrôle et de responsabilité pour chaque organisme. Néanmoins, chaque chef d'organisme relève directement du ministre et, par l'intermédiaire du ministre, rapporte au Parlement. Les chefs d'organisme rattaché au portefeuille se rencontrent plusieurs fois par année pour discuter de sujets d'intérêt mutuel et pour assister le ministre par des conseils pertinents concernant les questions relevant de leur propre organisme. Au début de 2005, les chefs d'organisme tiendront une session de réflexion pour discuter de d'estions d'organisme tiendront une session de réflexion pour discuter de questions d'intérêt commun.

Association nationale des régies agricoles et agroalimentaires (ANRAA)

Le Conseil est membre de l'Association nationale des régies agricoles et agroalimentaires. L'ANRAA comprend le Conseil et onze régies agroalimentaires provinciales ou territoriale. L'ANRAA se réunit de temps à autre pour discuter de questions concernant les activités et les problèmes d'envergure nationale touchant les offices canadiens responsables de la gestion de l'offre dans le secteur de la volaille et des œufs. Ces régies agroalimentaires réglementent, selon le cas, les offices de commercialisation canadiens et provinciaux responsables de produits visés par la gestion de l'offre et autres denrées qui relevent de leurs visés par la gestion de l'offre et autres denrées qui relevent de leurs compétences. Le Conseil a assumé un rôle de chef de file lors des consultations menées par l'ANRAA auprès des intervenants et des consultations menées par l'ANRAA auprès des intervenants et des



Rencontre avec l'exécutif de l'OCCD.

Décembre 2004

Concernant les contingents proposés par l'OCCD pour la période de contrôle 200 ± 2005

Les signataires de la Colombie Britannique ayant souscrit à l'accord fédéral-provincial relatif nu Programme global de commercialisation du dindon au Canada

L'Office canadien de commercialisation du dindon

Rapport du Comité établi pour entendre la plainte

Consell national das Mational Farris Products produits agricoles

critères énoncès dans sa pris en considération les réellement ou concrétement établi que l'Office n'avait pas suite duquel le Conseil a présenté leur rapport, à la Comité des plaintes et ont Michel Veillette ont formé le du Conseil Ron O'Connor et décembre 2004. Les membres a été entendue le 1er régler la question. La plainte l'Office a été incapable de tout au long de 2004, mais Plusieurs réunions ont eu lieu la Colombie-Britannique. régler les préoccupations de de ses administrateurs pour de tenir une réunion spéciale Conseil a demandé à l'OCCD Suite à cette plainte, le sont soldées par un échec. ment, toutes ces tentatives se facilitateur. Malheureuse-Conseil dans son rôle de faires par l'OCCD et par le régler la question ont été plusieurs tentatives pour 5004-5002. Entre-temps, pour la période de contrôle aux provinces ses contingents lorsqu'il a établi et attribué plan de commercialisation

Audience des plaintes et rapports connexes

que le Conseil juge approprié. en bonne et due forme, selon ce de facilitations et/ou d'enquête rôle pourrait prendre la forme décision prise par un office. Ce directement lésée par toute par toute partie qui se croit règlement des plaintes déposées judiciaire en matière de Conseil assume un rôle quasides produits agricoles, le En vertu de la Loi sur les offices

processus de contingentement concernant l'ensemble du Canada pour la période A-58 et les Producteurs de poulet du de contingentement utilisé par plainte concernant le processus volailles (CCTOV) a déposé une transformateurs d'œufs et de Conseil canadien des Au début de l'année 2004, le

décrivant comme une façon novatrice d'affeindre un consensus. exprimé au Conseil leur appréciation pour la tenue de cette réunion, la constructive et positive. Les représentants du CCTOV et des PPC ont discussion ouverte des problèmes soulevés par le CCTOV. La réunion a été convoqué une réunion entre les PPC et le CCTOV pour favoriser une dans le secteur du poulet. Au lieu de tenir une audience, le Conseil a

été accepté par l'ensemble du Conseil et diffusé à grande échelle. intérimaire. Le rapport énonçant les constatations du Comité des plaintes a réussi à s'entendre pour établir un règlement sur le contingentement ont formé le Comité des plaintes. Durant cette audience, les provinces ont membres du Conseil Cynthia Currie, Anne Chong Hill et Maurice Giguère sur le confingentement proposé par l'OCCO pour l'année civile 2004. Les Britannique ayant souscrit au plan des œufs, qui contestaient le règlement déposées par les signataires à la fois de la Saskatchewan et de la Colombiedistinctes. En mars 2004, il a tenu une audience pour entendre les plaintes Durant l'année, le Conseil a tenu des audiences pour régler quatre plaintes

d'une audience. Le rapport du Comité a été entériné par le Conseil au complet. chacune d'elles n'était pas du ressort du Conseil, elles ont consenti à la tenue les parties à cette plainte aient convenu que le redressement demandé par vertu de la Politique d'expansion du marché appliquée par cet office. Bien que contestait une pénalité imposée par les Producteurs de poulet du Canada en Veillette a entendu une plainte déposée par Volaille Giannone inc., qui En octobre 2004, le Comité des plaintes formé de Cynthia Currie et de Michel

besoins du marché puisqu'il n'avait pas respecté les critères énoncés dans le dindon avait omis de maintenir un régime de contingentement sensible aux décembre 2003 allèguant que l'Office canadien de commercialisation du commercialisation du dindon ont déposé une plainte auprès du Conseil en Les signataires de la Colombie-Britannique ayant souscrit au plan de

stratégique Coopèration

DAA'b əllinələrroq Chefs d'organisme du

affichés à notre site web. publiés par le Conseil sont

rapports d'audience ainsi

l'Office pour la période de

refusé d'approuver au

Proclamation, Par

conséquent, le Conseil a

controle 2004-2005. Tous les

contingentement proposé par

préalable le Règlement sur le

personnel ont participé aux (AAC), la présidente et le et Agroalimentaire Canada du portefeuille d'Agriculture Comme le Conseil fait parfie

certains critères énoncés dans le plan de commercialisation lorsqu'il a procédé à l'attribution des contingents, entravant ainsi la sensibilité aux besoins du marché et la croissance du marché en C.-B, Le Conseil a donc tenu une audience pour régler cette plainte en décembre zooq (voir la section suivante).

le Manitoba, l'Ontario et le Québec. membres: la Colombie-Britannique, POCCOIPC que quatre provinces décembre 2004. Cela ne laisse à régime national à compter du 1er leur intention de se retirer du signataires de l'Alberta ont signifié dispositions de l'AFP existant, les En aout 2004, invoquant les pour toutes les provinces membres. de contingentement plus équitable essayait d'en arriver à un processus renouvellement de son AFP, l'Office membres. Dans le cadre du correspondants des autres provinces intérieures aux pourcentages sont encore sensiblement d'incubation en Alberta étaient et pourcentage de l'offre totale d'œufs importations exprimées en situation découlait du fait que les production aux provinces. Cette d'assignation des niveaux de provinces membres en matière traitée différemment des autres l'Office en 1986, l'Alberta était importations. Depuis la création de contingents afin de tenir compte des méthode d'attribution des était le rajustement apporté à la principale raison de cette situation essentiellement cessé en 2004. La renouvellement de l'AFP ont OCCOIDC - Les progrès vers le

Le renouvellement des accords fédéraux-provinciaux continuers d'être l'une des principales priorités du Conseil en 2005. Le Conseil travaillera de concert avec les provincial ou territorial respectif et les régies agroalimentaires concernées pour mener à terme ce concernées pour mener à terme ce processus.

Les Producteurs de poulet du Canada (PPC) ont été le premier office canadien à signer un nouvel accord fédéral-provincial, en juin 2001. Cet accord comprend une nouvelle méthode de contingentement axée sur les besoins du marché et réintègre les signataires de la Colombie-Britannique, qui s'étaient retirés de l'AFP du poulet une décennie auparavant. Une fois le renouvellement de l'AFP des PPC accomplie, l'Office canadien de commercialisation des oeufs (OCCO) et l'Office canadien de commercialisation du dindon (OCCD) et l'Office canadien de commercialisation de d'incubation des poulets à chair de commercialisation des oeufs d'incubation des poulets à chair (OCCOIPC) ont entamé l'ébauche de leur accord respectif en utilisant une structure et une présentation similaires à celles de l'AFP des PPC.

Tout au long de l'année 2004, les progrès attendus de l'OCCO, de l'OCCD et de l'OCCOIPC en la matière ont achoppé sur des questions touchant l'attribution des contingents entre les provinces signataires.

OCCO - Les trois signataires de la Saskatchewan ont indiqué qu'ils ne signeront pas un AFP comprenant la nouvelle méthode de répartition des contingents proposée par l'OCCO. La Saskatchewan conteste cette méthode, alléguant qu'elle n'est pas conforme aux dispositions de la Loi sur les offices des produits agricoles. La Saskatchewan maintient que la nouvelle méthode ne prend pas en considération le principe de l'avantage comparé de production.



uche à droite : directeur exécutif, Terry Hayward et vice-président, Ron O'Connor.

Le 30 soût 2004, les signataires de la Saskatchewan ont déposé devant la Cour fédérale une requête d'examen judiciaire des contingents attribués par l'OCCO pour les années 2004 et 2005. Selon la Saskatchewan, l'OCCO n'a pas pris en considération les critères énoncée dans la Proclamation des oeufs mais a plutôt utilisé une formule dans la Proclamation des oeufs mais a plutôt utilisé une formule dans la Proclamation des oeufs mais a plutôt utilisé une formule de dans le plan de commercialisation. La Saskatchewan demande à la Cour d'annuler les décisions de contingentement prises par l'OCCO ainsi que d'interdire toute autre utilisation de son actuelle formule de répartition des contingents. On s'attend à ce que la Cour entende cette affaire au début de 2005.

OCCD - Très peu de progrès a été réalisé vers le renouvellement de l'AFP du dindon en 2004, malgré les efforts consentis par les administrateurs de l'OCCD pour élaborer une politique de contingentement sensible aux futurs besoins du marché. Les signataires de la Colombie-Britannique ont déposé une plainte auprès du Conseil en décembre 2003, alléguant que l'OCCD n'avait pas pris en considération décembre 2003, alléguant que l'OCCD n'avait pas pris en considération l'avantage comparé de production enchâssé dans la Loi ainsi que

Examen des affaires du Conseil

Nominations au Conseil

(He-du-Prince-Edouard). Stuart Affleck est producteur commercial de pommes de terre à Bedeque Brunswick), ainsi qu'un dirigeant de l'entreprise Finnigan Greenhouse. M. est producteur autonome de légumes et de fraises à Acadieville (Mouveaucroisement de bovins hybrides à Eddystone (Manitoba). M. Roger Richard ferme d'élevage Shoreline Stock Farm, une entreprise d'avant-garde en (Saskatchewan). Mme Susan Johnson est propriétaire exploitante de la ambulatoires, est associée active de l'entreprise Robella Holsteins à Balgonie Blaser Lindenbach, infirmière autorisée en urgentologie et soms bovins de boucherie à Kamloops (Colombie-Britannique). Mme Juliann Campbell and Company et propriétaire exploitant d'une terme d'élevage de Conseil. M. Larry Campbell, comptable agréé, est un associé du cabinet Andy Mitchell, a annoncé la nomination de cinq nouveaux membres au À la fin de décembre 2004, le ministre de l'Agriculture et Agroalimentaire,

assurent à chaque région du Canada une solide représentation. suite à ces nominations qui comblent les neufs postes de membres et Le Conseil est en mesure de poursuivre l'accomplissement de ses fonctions,

Réunions du Conseil

contingentement, de leur vision problèmes et préoccupations associés à leurs politiques et processus de d'être toujours bien informé des activités des offices, de leurs réunions, des destiné aux membres et aux participants. Ces réunions ont permis au Conseil secrétariat du Conseil coordonne toutes les réunions et tout le matériel fois en 2004, huit fois en personne et quatre fois par téléconférence. Le Pour accomplir le mandat que lui confie la Loi, le Conseil s'est réuni douze

des principales fonctions du Conseil. de la volaille et des oeufs, reste l'une payer, que prennent les quatre offices des ordonnances sur les redevances à règlements sur le contingentement et L'approbation préalable des de travail et de leurs budgets. stratégique respective, de leurs plans

contingents taritaires et les mesures des oeufs comme l'attribution de relatifs aux industries de la volaille et a la terme et certains autres aspects programmes de salubrité alimentaire mondiale du commerce (OMC), les négociations de l'Organisation l'industrie, notamment les questions touchant l'ensemble de d'information concernant les Le Conseil a aussi reçu des sessions

Laura LeBoeuf. Blaser Lindenbach, Maurice Giguère et

prises par l'industrie pour lutter contre la flambée de grippe aviaire en

94A esb Renouvellement

la fonction de contrôleur

stabilisation du revenu

d'exposés touchant le

Programme canadien de

Conseil a aussi bénéficié

l'industrie du boeuf. Le

tout au long de l'année

du commissaire à l'éthique et

agricole (PCSRA), le Bureau

concernant la situation dans

ainsi que plusieurs breffages

sur les redevances à payer,

préparation d'ordonnances

d'information concernant la base régulière des sessions Le Conseil a reçu sur une

moderne.

offices. pratiques actuelles des et ne sont plus conformes aux existent depuis plus de 30 ans Quelques-uns d'entre eux aux besoins du marché. gestion de l'offre plus sensible de rendre le régime de aux pratiques actuelles afin ces accords soient harmonisés fondement juridique et que offices reposent sur un solide sorte que les activités de ces demande visait à faire en accord respectif. Cette oeufs de renouveler leur sation de la volaille et des canadiens de commercialidemandé aux offices provinciaux et territorial ont de l'Agriculture fédéral, tenue en 1998, les ministres Conseil. Durant une réunion grandes préoccupations du chair est demeurée l'une des d'incubation de poulets à oeufs, du dindon et des oeufs (AFP) dans les secteurs des accords fédéraux-provinciaux La nécessité de renouveler les



Colombie-Britannique en février 2004.

2004 en revue

Cynthia Currie

La présidente,

Conformément à notre rôle d'organisme gouvernemental responsable de superviser l'Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie, qui regroupe les producteurs de boeuf, notre personnel a collaboré avec l'Office pour mettre en place un régime national de prélèvements sur la production intérieure. Lorsque ce régime entrera en vigueur au début de 2005, l'Office pourra s'attaquer à l'élaboration d'une méthode de perception de prélèvements sur les importations de boeuf. Ce double régime de prélèvements apporters une source de fonds qui facilitera beaucoup le financement de la promotion et de la recherche dans l'industrie canadienne du boeuf.

Au début de la nouvelle année, je crois que le Conseil dispose des atouts nécessaires pour poursuivre son rôle de chef de file et pour stimuler l'industrie à trouver des façons novatrices de mener ses activités et de régler les différends. Nous continuerons à travailler de concert avec nos collègues des gouvernements provinciaux et territoriaux, ainsi qu'avec les autres intervenants, de façon à promouvoir davantage le dynamisme et le succès dans l'industrie de la volaille et des oeufs ainsi que dans celle du boeuf.

Lafontaine, 5. Kager Richard (membre), 6. Terry Hayward, Lafontaine, 5. Roger Richard (membre), 6. Terry Hayward, 7. Christine Kwasse, 8. Lisette Wathier, 9. John Kirk, 10. Cynthia Currie (présidente), 11. Susan Johnson (membre), 12. Louise Séguin, 13. Pierre Bigras, 14. Michel LeBoeuf, 18. David Byer, 19. Maurice Giguère (membre), 16. Ron O'Connor (vice-président), 17. Laura LeBoeuf, 18. David Byer, 19. Maurice Giguère (membre), 20. Jurgen Schiffer, 21. Carola McWade, 22. Kevin McBain, 20. Jurgen Schiffer, 21. Carola McWade, 22. Kevin McBain, 23. Stewart Affleck (membre), 24. Keith Wilkinson.



Message de la présidente

l'industrie. penser dans les offices dont il est responsable et dans l'ensemble de convocation de conférences et de rencontres, une façon innovatrice de que de sa capacité de stimuler, par l'échange d'information et par la encadrant le régime de gestion de l'offre pour la volaille et les oeufs, ainsi du rôle de chef de file qu'il a assumé relativement à la réglementation fonction de nos objectifs stratégiques et de nos résultats. Le Conseil est fier des produits agricoles le rapport de nos activités, qui sont examinées en je me réjouie de vous présenter au nom du Conseil national L'année 2004 a été à la fois intéressante et remplie de défis, et

à intégrer ces principes dans nos activités quotidiennes. transparence, de responsabilisation et d'intégrité, nous sommes déterminés en place une culture de gestion moderne fondée sur les principes de connaissances au sein de l'industrie. Au fur et à mesure que nous mettons l'amélioration des communications ainsi qu'en matière d'échange global de canadien. En outre, nous avons réalisé de grands progrès dans intervenants en vue de préserver le dynamisme du secteur agroalimentaire l'année qui s'est écoulée. Nous avons renforcé notre partenariat avec tous les personnel du Conseil, ainsi que leur contribution à nos activités durant fière de vous signaler l'engagement et la compétence des membres et du Au moment d'entamer la troisième année de notre plan stratégique, je suis

l'excellente contribution que ces personnes ont apportée. Nous tous, tant au sein du Conseil que dans Anne Chong Hill, Sandy McCurrach et Félix Destrijker. Je tiens à souligner Au milieu de l'année, a pris fin le mandat de trois membres du Conseil -

remercier de leur solide appui et de leur entière coopération. vice-président Ron O'Connor, ainsi que pour les membres Michel Veillette et Maurice Giguère. J'aimerais les nouveaux membres à la fin de décembre, il s'est produit un accroissement de la charge de travail pour notre au travail. Durant la période qui s'est écoulée entre la fin de leur mandat respectif et la nomination de l'ensemble de l'industrie de la volaille et des oeufs, avons bénéficié de leur compétence et de leur dévouement

que nous apporte le personnel. du Conseil ne pourrait pas être accompli avec la même efficacité et la même efficience sans le précieux appui assume au Conseil un poste de conseiller spécial avant sa retraite vers la fin de 2005. Le travail des membres Christine Kwasse au poste de directrice des politiques et des programmes. Elle remplace Keith Wilkinson, qui détachement auprès du ministère de la Défense nationale. Par contre, nous avons eu le plaisir d'accueillir également fait nos adieux à Louise Séguin, gestionnaire des Services intégrés, qui a saisi l'opportunité d'un sa retraite à la fin de l'année après 30 ans de service au gouvernement fédéral, dont 17 au Conseil. Nous avons quelques changements cette année. Nous avons fait nos adieux à Jurgen Schiffer, agent de denrées, qui a pris En ce qui concerne le personnel, notre équipe dirigée par notre directeur exécutif Terry Hayward a subi

sur les activités des industries de la volaille et du boeuf et sur les gouvernements à tous les niveaux. l'encéphalopathie spongiforme bovine (ESB). Ces événements ont eu d'importantes incidences sur les producteurs, Colombie-Britannique et la fermeture de nombreux marchés d'exportation pour notre bœuf à cause de durant l'année échappaient à notre capacité de contrôle, par exemple la désastreuse flambée de grippe aviaire en élément qui nous motive à atteindre un plus haut niveau de rendement. Certains des défis que nous avons relevés Les défis à relever font partie intégrante de toute activité organisationnelle et ils doivent être perçus comme un

les offices considéreront ce renouvellement comme prioritaire durant l'année prochaine. différends fouchant la répartition des contingents nationaux de production. Nous espérons sincèrement que fédéraux-provinciaux pour les oeufs, les dindons et les oeufs d'incubation de poulets à chair par suite de la volaille et des oeufs. Nous avons été déçus des faibles progrès réalisés vers le renouvellement des accords Le Conseil est appelé à régler des différends et à entendre des plaintes concernant les activités des offices de



Table des matières

Points de contact
Cadre législatif
Perspectives d'avenir
Office canadien de recherche, de dévelopement des marchés et de promotion des boivins de boucherie
Producteurs de poulet du Canada
Office canadien de commercialisation du dindon
Office canadien de commercialisation des oeufs
d'incubation des poulets à chaird'incubation des
Office canadien de commercialisation des oeufs
Les offices en bref
Encéphalopathie spongiforme bovine
Grippe aviaire
Salubrité alimentaire à la ferme
L'industrie en bref
État de l'industrie
snoitiatinummos ab es อาร์ารัก กา รองกับที่เกิดโก
Mise en oeuvre de la fonction de contrôleur moderne
Analyse de la conjoncture
Forum sur les tendances dans les épiceries et services alimentaires
Groupe de travail concernant l'information sur les marchés de la volaille
OMC
ANRAA
Chefs d'organisme du portefeuille d'AAAC
Coopération stratégique
Audience des plaintes et rapports connocs saxonnos et ropports es saxonnos et ropports et a
Renouvellement des accords fédéraux-provinciaux
Réunions du Conseil
Nominations au Conseil
Examen des affaires du Conseil
Le personnel et les Membres
Message de la présidente

1 tes noissim est:

de faire en sorte que les régimes nationaux de gestion de l'offre dans le secteur de la volaille et des oeufs et tout régime national de prélèvements pour un produit agricole fonctionnent dans le meilleur intérêt de tous les intervenants; et

de promouvoir le dynamisme des secteurs agroalimentaires dont le CNPA assume la responsabilité.

Notre mandat est:

- de conseiller le ministre sur les questions touchant la création et le fonctionnement des offices prévus par la présente loi en vue de maintenir ou de promouvoir l'efficacité et la compétitivité du secteur agricole;
- d'examiner les activités des offices afin de s'assurer qu'elles sont conformes aux objets énoncés;
- de travailler avec les offices à améliorer l'efficacité de la commercialisation et, dans produits agricoles offerts sur les marchés interprovincial, d'exportation et, dans le cas d'un office de promotion et de recherche, sur le marché d'importation ainsi que des activités de promotion et de recherche à leur sujet; et
- de consulter régulièrement les gouvernements de toutes les provinces et de tous les territoires ayant intérêt à la création ou à l'exercice des pouvoirs d'un ou de plusieurs offices dans le cadre de la présente loi.

Portefeuille de l'agriculture et agroalimentaire

Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC)
Conseil national des produits agricoles (CNPA)
Commission canadienne du lait (CCL)
Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA)
Commission canadienne des grains (CCG)
Financement agricole Canada (FAC)

Edifice Canada, 10^e étage, 344, rue Slater Ottawa, Ontario K1R 7Y3 Téléphone: (613) 995-6752 Télécopieur: (613) 995-2097 Site Web: http://www.nfpc-cnpa.gc.ca Courrier électronique:

© Ministre des travaux publics et des Services gouvernementaux Canada, 2005

Numéro de catalogue A99-2/2004 ISBN : 0-662-68501-6

Photo de la couverture : Martin Lipman Conception graphique : Chantal Lafontaine





C41 DB35 - A56

> NATIONAL FARM PRODUCTS COUNCIL 2005 YEAR IN REVIEW



MISSION

Our mission is to ensure that the national supply management systems for poultry and eggs, and the national beef research and promotion agency work in the balanced interests of all stakeholders:

and to

promote the strength of the agri-food sectors for which the Council is responsible.

MANDATE

Our mandate is to:

- · advise the Minister on all matters relating to the establishment and operation of agencies under this Act with a view to maintaining and promoting an efficient and competitive agriculture industry;
- review the operations of agencies with a view to ensuring that they carry on their operations in accordance with their objects;
- work with agencies in promoting more effective marketing of farm products in interprovincial and export trade and, in the case of a promotion-research agency, in promoting such marketing in import trade and in connection with research and promotion activities relating to farm products; and
- · consult, on a continuing basis, with the governments of all provinces having an interest in the establishment or the exercise of the powers of any one or more agencies under this Act.

THE AGRICULTURE AND AGRI-FOOD PORTFOLIO

Agriculture and Agri-Food Canada (AAFC) National Farm Products Council (NFPC) Canadian Dairy Commission (CDC) Canadian Food Inspection Agency (CFIA) Canadian Grain Commission (CGC) Farm Credit Canada (FCC)

Canada Building

10th Floor. 344 Slater Street Ottawa ON KIR 7Y3

Phone: (613) 995-6752 TTY/TDD: (613) 943-3707 Fax: (613) 995-2097

Web site: http://www.nfpc-cnpa.gc.ca E-mail: nfpcweb@agr.gc.ca

© Minister of Public Works and Government Services Canada, 2006

Cat. No. A99-2/2005 ISBN: 0-662-69366-3

TABLE OF CONTENTS

MESSAGE FROM THE CHAIRPERSON	2
THE COUNCIL IN REVIEW	6
Council Business	6
Complaints	6
Federal-Provincial Agreements	7
Administration of the Agricultural Products Marketing Act	9
Beyond Canada's Borders	9
Communications Initiatives	10
STATE OF THE INDUSTRY	11
Agencies in Review	11
Canadian Turkey Marketing Agency	11
Chicken Farmers of Canada	12
Canadian Egg Marketing Agency	13
Canadian Broiler Hatching Egg Marketing Agency	14
Canadian Beef Cattle Research, Market Development and Promotion Agency	15
Industry Issues	16
World Trade Organization Negotiations	16
Avian Influenza	17
Bovine Spongiform Encephalopathy	17
LOOKING FORWARD	18
LEGISLATIVE FRAMEWORK	19
STAKEHOLDER CONTACTS	20

MESSAGE FROM THE CHAIRPERSON

One of our strong points is our ability to work cooperatively with industry and government partners. These positive relationships enable us to better understand issues, to deal with problems as they arise and to provide the Minister of Agriculture and Agrifood with a pan-Canadian overview.



As we look back on the year under review, we can be proud of our achievements and the way in which we responded to our challenges. With five new Council members joining us and some staff turnover, 2005 was a busy year for the National Farm Products Council. We also had to make sure that new government-wide policies on internal management were implemented on time—no small feat for our small organization.

One of our strong points is our ability to work cooperatively with industry and government partners. These positive relationships enable us

to better understand issues, to deal with problems as they arise and to provide the Minister of Agriculture and Agri-Food with a pan-Canadian overview. This strength bodes well for future endeavours such as our work with the poultry and egg industries on issues such as the current world trade negotiations.

While most of our business deals with the four national supply-management agencies, we also work with the Canadian Beef Cattle Research, Market Development and Promotion Agency. In 2005, the Council approved the Agency's first domestic levy—a key step forward. We will continue working with the Agency to establish a levy on imported beef that will channel more support to the domestic industry's promotion and research activities.

As you read, you will see that we have much improved the way we do business. We streamlined complaint procedures and developed a set of alternative dispute resolution mechanisms. We revitalized corporate management by implementing modern comptrollership and the planning and performance measurement framework. We also improved the governance manual and launched a process to streamline the administration of the *Agricultural Products Marketing Act*. And, having achieved most of the objectives in the *2003–2006 Strategic Plan*, we renewed the Plan and charted our course through 2009.

Looking forward, Council will continue to urge the turkey, egg, and broiler-hatching egg supply management agencies to renew their federal-provincial agreements. These agreements provide opportunities for innovation, transparency and a fair allocation system that allows disproportionate market growth. The Council will also continue to push for improved market information so that the poultry and egg agencies can make better-informed production and marketing decisions.

I am confident that we will succeed thanks to the hard work of my fellow Council members and staff who have shown commitment and co-operation in handling tough issues.

I take this opportunity to commend the national supply management agencies and their industry stakeholders for their continuing efforts to find common ground and build for the future. Through their commitment to partnership, integrity and leadership, Canada's poultry and egg industry grows stronger. The Canadian beef industry, through its own co-operative efforts, is also regaining its strength as it returns to its export markets. I am very confident it has an optimistic future.

Proud as we are of our achievements, they are but a prelude to Canada's future success, where partnerships form the basis of strong leadership.

Cynthia Currie Chairperson

MEMBERS



From left to right: Roger Richard (Member), Michel Veillette (Member), Susan Johnson (Member), Ron O'Connor (Vice-Chair), Cynthia Currie (Chairperson), Terry Hayward (Executive Director), Maurice Giguère (Member), Stewart Affleck (Member).

Absent: Juliann Blaser Lindenbach (Member), Larry Campbell (Member—term expired November 2005)

STAFF



From left to right: Lisette Wathier, Keith Wilkinson, Carole Hotte, Pierre Bigras, Lise Leduc, Terry Hayward, Reg Milne, Carola McWade, John Kirk, Christine Kwasse, Kevin McBain, Chantal Lafontaine, Demeena Seyann

Absent: Laura LeBœuf, Patricia Lepage

THE COUNCIL'S STRATEGIC PLAN

The Council is in the last year of its current three-year Strategic Plan, which pursued the following objectives.

- To ensure that the national supply management systems work in the balanced interest of all stakeholders; to provide transparent and accountable supervision of the national marketing agencies for chicken, turkey, eggs, and broiler and hatching eggs; to work co-operatively with provincial and territorial government partners and bring about renewed agreements to strengthen the orderly marketing system.
- To promote the strength, competitiveness and profitability of the sectors and collaborate to improve their market responsive capacity; to promote export market opportunities, higher foodsafety standards, improved management of the supply-chain and other measures that benefit Canadian agriculture and agri-food; to provide guidance on the merits and process for creating promotion and research agencies.
- To continually improve the efficient, transparent and responsive management of Council operations; to achieve this by improving strategic planning, management reporting and operating procedures.

In October 2005, Council members and senior staff met to begin work on the 2006-09 Strategic Plan. This Plan will be finalized and made public early in 2006. It calls for the Council to play a pro-active role in:

- advising the Minister of Agriculture and Agri-Food and policy makers about the operations of the national agencies and the implications that domestic policies and international trade agreements may have on the regulated farm products sector;
- providing an active outreach program to the agri-food sector to highlight the importance and the benefits of co-operation between governments and stakeholders in regulated marketing matters: and
- · bringing agencies and sector players together to discuss the major opportunities and challenges facing their industries.





This was a busy and productive year for the Council and its staff...
The Council also met with its provincial supervisory board counterparts to explore the challenges facing Canada's regulated farm products industries.

THE COUNCIL IN REVIEW

COUNCIL BUSINESS

This was a busy and productive year for the Council and its staff. The Council held 13 meetings in 2005; seven by teleconference and six face-to-face. Council members regularly attended meetings of the five national agencies that it oversees as well as meetings of the Canadian Poultry and Egg Processors Council. The Council also met with its provincial supervisory board counterparts to explore the challenges facing Canada's regulated farm products industries.

The Council took steps to provide stakeholders with alternatives to resolving disputes through the formal complaints mechanism. In the fall, information was circulated on the alternative dispute resolution methods that will be offered. In future, where use of an alternative dispute resolution process is not possible, the Council may resort to handling complaints through public hearings under section 8 of the Farm Products Agencies Act (FPAA).

COMPLAINTS

In 2005, Council addressed three complaints from stakeholders.

In April, the Canadian Poultry and Egg Processors Council (CPEPC) submitted a complaint against the Chicken Farmers of Canada (CFC)'s quota allocation for period A-66 (June 26 to August 20) and the overall allocation-setting process. The Council investigated the complaint and convened a meeting of the parties. The Council also participated in the CFC Board of Directors meeting in July to observe how Directors set allocations. The Council made several recommendations to the agency on how to improve the process.

In July, the British Columbia Turkey Marketing Board filed a complaint against the Canadian Turkey Marketing Agency (CTMA)'s proposed quota order for 2005–2006 and the Agency's allocation methodology. Although the Council ultimately rejected the proposed order, the complaint remains open pending the results of the CTMA's facilitated process. This process was initiated by the CTMA to find an allocation methodology that meets the needs of its members and complies with its legal responsibilities.

In November, the CPEPC filed a further complaint against the CFC, this one with respect to the allocation for period A-70 and, again, against the overall allocation-setting process. The Council met with the two parties. An agreement was reached to set up a joint industry technical committee to develop and measure market indicators that could result in more accurate long-range forecasts for the supply and demand of chicken.

FEDERAL-PROVINCIAL AGREEMENTS (FPA)

The Canadian Egg Marketing Agency (CEMA), the Canadian Turkey Marketing Agency (CTMA) and the Canadian Broiler Hatching Egg Marketing Agency (CBHEMA) continued to work to renew their FPAs. The CEMA and CTMA's discussions were also aimed at resolving issues relating to the quota allocation methodology used by each agency.

The National Association of Agri-Food Supervisory Agencies (NAASA) convened member workshops in April and May to establish a clear and coherent position regarding provincial expectations for the supply-managed sector and to arrive at a set of principles acceptable to governments. These principles will guide how the agencies develop quota allocation policies. Workshop participants included NAASA members from the ten provinces (chairs and managers of provincial supervisory boards) as well as agriculture policy Assistant Deputy Ministers from several provinces. Federal participants included representatives from the Council and Agriculture and Agri-Food Canada.

The central principle developed during the workshops was the incorporation of differential growth into agency-developed quota allocation methodologies. This was seen as consistent with the original objectives of supply management and as a pre-requisite for a strong, flexible and responsive system that can adapt to changing markets, international trade rules and provincial policy aims.

Other general principles included protection of financial investments, consideration of regional allocation approaches, support for innovation; effective dispute resolution mechanisms, export policies that are "WTOfriendly" and finally, that the FPAs must address the balanced interests of all value-chain members.

NAASA members elaborated these principles in a report to facilitate discussions with the four national marketing agencies. Meetings were held with each agency in the fall. For the most part, the agencies viewed the principles positively and welcomed NAASA's initiative to help resolve the outstanding issues surrounding quota allocation policies and the timely completion of the FPAs.

The status of the FPA renewal process for each agency is set out below.

Chicken Farmers of Canada (CFC)

A renewed FPA was signed in June 2001 incorporating a new approach to quota allocation, moving from a "top-down," formula-driven methodology to a "bottom-up," market-driven system. The new agreement, however, did not address the market responsiveness goals of some provinces. The CFC circulated proposed amendments to provincial producer and supervisory boards in 2003 and continued to seek agreement from all provinces in 2005.









In 2005, the Agency completed work on a new FPA and associated schedules. This material will be forwarded to all signatories in 2006 for review and comment. Proposed amendments to the Agency's *Proclamation* (Schedule A to the FPA) include removing the province of Alberta as a member, changing the name of the Agency to "Canadian Hatching Egg Producers" and allowing industry organizations to make non-producer appointments to the Agency's board of directors.



Canadian Egg Marketing Agency (CEMA)

CEMA circulated a draft renewed Federal-Provincial-Territorial Agreement (FPTA) to signatories for comment in 2004. At that time, the three Saskatchewan signatories indicated they would not sign a new FPTA that included CEMA's proposed new quota allocation methodology. The government of Saskatchewan challenged this section as not adhering to the requirements of the *Farm Products Agencies Act*, citing no consideration of the principle of comparative advantage of production. In 2005, this challenge moved into the Federal Court, halting further development of the FPTA.



Canadian Turkey Marketing Agency (CTMA)

The CTMA continues to face internal challenges to its quota allocation methodology. These challenges, started in 2004, have delayed the finalization of a renewed FPA for the Agency.

In February 2005, the Agency established an Allocation Committee to examine the criteria set out in the CTMA *Proclamation* and to develop a new commercial allocation policy. In June, the Committee concluded its work and forwarded a report to the Agency's Board of Directors for consideration. The Board was unable to reach consensus on the Committee's recommendations. In the fall of 2005, the CTMA entered into a mediation process in an attempt to resolve this issue.

Finding an acceptable methodology for setting quota allocations will allow the Agency to focus its attention on renewing the FPA.

ADMINISTRATION OF THE AGRICULTURAL PRODUCTS MARKETING ACT (APMA)

In 2005, Council initiated a major project to improve how efficiently the Agricultural Products Marketing Act (APMA) is administered. The legislation allows the federal government to delegate authority to provincial boards and agencies, enabling them to regulate intra-provincial, inter-provincial and export trade.

The project involves:

- streamlining the administrative procedure for APMA Orders, Regulations and amendments;
- improving the ability to track the progress of a particular file; and
- identifying the current status of all the APMA Delegation Orders and the provincial organizations exercising federally-delegated authority.

The Council has developed a database of all APMA Orders and Regulations that is useful when retrieving and manipulating the information into a comprehensive report. With the co-operation of all provincial government supervisory boards, the database contains information pertaining to the Delegation Orders, Regulations and Orders and their amendments, contact information for each provincial supervisory board and commodity organization, extracts from the Canada Gazette and direct access to all legislative documents related to the APMA.

BEYOND CANADA'S BORDERS

The Council attended a number of international poultry forums and workshops to build a strong knowledge of trends and developments in the poultry and beef industries. As a food-producing nation, Canada's interests lie in ensuring that sound and fair trading rules and practices are in place, and that Canadian agriculture is prepared to meet animal health challenges as they arise.

At the Atlanta International Poultry Exposition held in January, technological changes and challenges in the poultry and egg industry were discussed. In February, the USDA Agricultural Outlook Forum addressed the theme of "Science, Policy and Markets-What's Ahead". The event focused on how science and technology could have a positive influence on farm productivity, nutrition, health and the environment. The forum also discussed the bovine spongiform encephalitis (BSE) and avian influenza (AI) outbreaks, their impact, prevention and management of future outbreaks.



As a food-producing NATION, CANADA'S INTERESTS LIE IN ENSURING THAT SOUND AND FAIR TRADING RULES AND PRACTICES ARE IN PLACE, AND THAT CANADIAN AGRICULTURE IS PREPARED TO MEET ANIMAL HEALTH CHALLENGES AS THEY ARISE.

The Ave Expo Americas held in August in Brazil underscored once again the continued growth in South American poultry production and in Brazil's exports, in particular. The first International Aviculture Forum dealt with poultry nutrition, bio-security, AI, management and animal welfare.

International trade in poultry and poultry products has been affected by the discovery of various strains of AI in wild and domestic flocks. Concerns about the possibility of human-to-human transfer of a mutated AI strain have created additional world-wide anxiety about the likelihood of a human flu pandemic.

Trade policy decisions in Russia (import quotas) and the European Union (poultry meat salt content) had a negative impact on major poultry meat exporters, which in turn affected international poultry prices. Canadian producers, processors, distributors, retailers and consumers also felt the effects. These experiences highlighted the importance of sustaining close working relationships along the supply chain to ensure that Canada produces safe food, available in sufficient quantity to meet demand, at reasonable prices.

COMMUNICATIONS INITIATIVES

The Council continued to provide excellent communication products to inform and update its members, staff, industry partners and stakeholders.

Focus Newsletter

Issued eight times a year, the Council's Focus newsletter provides interested readers with valuable and current information. It focuses on Council business, agency news and offers insight on international, industry and portfolio news.

Website

Constructive comments from users have been invaluable in helping Council staff update the website to make it more user-friendly and informative. Contact pages for the supply management marketing agencies and provincial governments, along with the Council's Home Page, received the most "hits" in 2005. To simplify access to information, the site now boasts a new Data Handbook page and a new graphic link to the Speeches page.

Data Handbook

The Council published the 2004 edition of Canada's Poultry and Egg Industry in September 2005. This all-in-one handbook provides a wide range of facts and statistical data on the poultry and egg industry. The handbook has been cited as a practical tool for the poultry and egg industry, the academic sector, government departments and other interested groups.

STATE OF THE INDUSTRY

AGENCIES IN REVIEW

Canadian Turkey Marketing Agency

A lot of work was accomplished on the Agency's On-Farm Food Safety Program. The technical review undertaken by the Canadian Food Inspection Agency (CFIA) in 2005 to determine the consistency of the program with the principles of Hazard Analysis Critical Control Point (HACCP) was successful.

The Agency played a significant role in promoting the nutritional value of turkey to Canadians. The long-standing pattern of static consumption has been broken thanks to the significant growth in consumption, furtherprocessed products and several fast-food marketing initiatives.

In 2004, the processing industry approached the CTMA with a request for additional supply to launch a new turkey sandwich menu item at McDonald's restaurants. As a result, overall consumption of turkey subs and deli sandwiches rose significantly at Canadian quick service restaurants in 2005. This bodes well for consumption, production and processing activity.

Allocation issues, however, continued to preoccupy the Agency, given the Council's December 2004 Complaint Committee report in the matter of the BC signatories' complaint against the CTMA's allocation policies. The Agency responded by forming three sub-committees to define and measure the criteria set out in Section 4 of the *Proclamation* and how they would apply to a new allocation system.

In July, CTMA directors accepted the recommendations made by the Agency's Allocation Committee. They established a quota allocation for the 2005–2006 control period. This action, however, prompted a further complaint to be filed with the Council against the Agency's allocation methodology and the proposed quota regulation.

A LOT OF WORK WAS ACCOMPLISHED ON THE Agency's On-Farm Food SAFETY PROGRAM... THE AGENCY PLAYED A SIGNIFICANT ROLE IN PROMOTING THE NUTRITIONAL VALUE OF TURKEY TO CANADIANS.



Council staff conducted an investigation into the matter and presented a report of the investigation to Council members. Based on the Council's review of the supporting material, the rationale provided by the Agency and the staff investigation report into the complaint, the Council declined to prior-approve the 2005-2006 order. Recognizing the seriousness of its position and its inability to establish an acceptable quota order, the CTMA engaged a mediator to assist it resolve the impasse.

The Council continues to co-operate with the CTMA and its members in their efforts to move forward in this matter

THE AGENCY HAS SHOWN A COMMITMENT TO DETERMINE THE APPROPRIATE VOLUMES OF PRODUCTION FOR EACH PERIOD USING CREDIBLE MARKET INDICATORS SUCH AS IMPORT VOLUMES, STORAGE STOCKS AND WHOLESALE PRICES IN AN EFFORT TO RESOLVE THE CONCERNS OF PROCESSORS.

Chicken Farmers of Canada (CFC)

The CFC continued to monitor key issues affecting the Canadian chicken industry, such as the Canadian consumer preference for chicken, perceptions regarding food safety and quality, and farm-animal care programs. A pilot project on animal care was initiated to develop a comprehensive program for Canadian chicken production. The CFC also worked with industry partners to enhance bio-security in the On-Farm Food Safety Program, Safe, Safer, Safest, ensuring that first-class food safety procedures and standardized food safety systems are in place on Canadian farms.

Although progress was made to improve the allocation-setting process, the CFC Board of Directors continued to focus attention on more improvements. The Council was encouraged by the willingness of the CFC directors to openly discuss improvements. The Agency has shown a commitment to determine the appropriate volumes of production for each period using credible market indicators such as import volumes, storage stocks and wholesale prices in an effort to resolve the concerns of processors.



In April 2005, the CPEPC filed a complaint regarding the CFC's allocation for period A-66 and the overall CFC allocation-setting process. The Council addressed this complaint in two stages. As a first step, both the CPEPC and the CFC Executives agreed to meet with the Council to present their views on the proposed allocation for A-66. The Council then met with the CFC Board of Directors to discuss the CPEPC's concerns. The meetings provided a forum for all parties to voice their concerns and discuss ways of improving the process.

In early November, the CPEPC filed a second complaint with the Council concerning the CFC's quota allocation decision for period A-70. The Council was asked to solve recurring issues with the current system. The Council Chair met with key staff members from the CPEPC and the CFC to discuss the situation. This led to several suggestions with respect to improving the quota allocation-setting process and developing an action plan.

The CFC agreed to form a working group with the CPEPC to identify the most important market indicators to consider in determining quota allocations and then to analyze these indicators thoroughly. The Council commends the parties for taking this collaborative approach to resolving their differences and will follow progress of the working group's efforts with interest.

Canadian Egg Marketing Agency (CEMA)

The CEMA redesigned its Marketing and Nutrition Plan. Through this plan, the CEMA's goal is to increase egg consumption by promoting the positive health benefits of eggs. The Agency worked with doctors, dieticians and educators to improve the perception of egg consumption among patients and the general public.

The Agency also revised its cost of production survey. The last survey was completed in 1999. The CEMA and the provincial Egg Boards use the cost of production formula to determine producer price as well as the buyback value used in the Agency's industrial product program. The purpose of this new survey is to update the productivity indicators, i.e., rate of lay and feed conversion ratio. Preliminary work, including questionnaire development and sampling methodology, was completed early in 2005. On-farm interviews took place during the summer and fall and the final report was drafted in late 2005. The final version should be presented to the CEMA Board of Directors at the Agency's March 2006 meeting. The Council's Vice-Chair, Ron O'Connor, participated as an observer on this committee.



THE AGENCY BEGAN THE YEAR IN A GOOD FINANCIAL POSITION. A COMBINATION OF LOW-BREAKING STOCK EGG PRICES INFLUENCED BY US PRICES AND HIGHER THAN ANTICIPATED INDUSTRIAL PRODUCT VOLUMES HOWEVER, RESULTED IN THE AGENCY INCREASING ITS LEVY FOR THE LAST FOUR MONTHS OF THE YEAR.

The Agency began the year in a good financial position. A combination of low-breaking stock egg prices influenced by US prices and higher than anticipated industrial product volumes, however, resulted in the Agency increasing in its levy for the last four months of the year.

The Agency continued to audit egg producers to ensure they are following the Agency's on-farm food safety program, Start Clean—Stay Clean®. This HACCP-based program is delivered by the Agency's field inspectors to regulated egg producers, rating farms against objective criteria. The Agency has had an on-farm food safety program since 1989.

The Agency is also developing an on-farm food safety program for the industry's pullet growers. This program will be similar to the Start Clean— Stay Clean® program and should be operational in 2006.

The Saskatchewan signatories and three Saskatchewan egg farms filed an application in Federal Court for judicial review of the provincial allocations set out in the CEMA's quota order for December 26, 2004 to December 31, 2005. The Saskatchewan parties had filed a similar request for judicial review in 2004 concerning the quota period August 1, 2004 to December 25, 2004. The Federal Court consolidated the two review applications and has set hearing dates for early 2006.

Canadian Broiler Hatching Egg Marketing Agency (CBHEMA)

The Agency continued discussions with the Alberta Hatching Egg Producers to reach an agreement for the province to rejoin the Agency. The Alberta producers withdrew from the Agency in December 2004. The Agency also held discussions with producers from Saskatchewan and New Brunswick on joining the Agency.



® Registered Trademark of Canadian Egg Marketing Agency

The Agency focused its efforts on its FPA renewal. The FPA committee met in June to review the draft FPA, Schedule A of the Proclamation and Schedule B of the Operating Agreement. Work on the FPA and associated schedules was completed. The CBHEMA will forward the amended FPA to all signatories in 2006 for comment.

The Agency strengthened the bio-security aspect of its HACCP-based Canadian Hatching Egg Quality (CHEQ®) Program. The original technical review of the Program was done by the CFIA in 2005. In the Program, broiler hatching egg farms are audited according to good production practices and critical control points. The Program has three critical control points: medication used, sorting of hatching eggs and storage of any hatching eggs destined for federally-registered grading stations. The CFIA will be reviewing the changes in 2006.

Canadian Beef Cattle Research, Market Development and Promotion Agency

The Council prior-approved the Agency's first domestic levy order in March 2005. The national levy, set at one dollar per head, is collected on interprovincial marketing of beef cattle. Four provinces (BC, AB, SK, NB) are collecting the levy based on signed agreements. The other provinces are collecting the levy voluntarily and remitting it to the Agency to support its promotion, research and market development business plan activities. The Agency continued to work with its provincial counterparts to implement the national levy collection system on the basis of signed agreements.

The Agency initiated efforts to develop and finalize the required documents necessary to establish a levy on imported beef cattle, beef and beef products. Agency staff also studied the option of collecting a levy on exports.



INDUSTRY ISSUES

The four national supply management marketing agencies co-ordinated their efforts in areas of common interest. The round of trade negotiations at the World Trade Organization (WTO) and the industry/government co-ordination to confront the AI outbreak were two such issues. BSE and its impact on trade continued to be an issue within the beef industry world-wide.

World Trade Negotiations (WTO)

Agriculture negotiations through the WTO were extremely busy as member countries set an ambitious target for progress in the Doha round. The objective was to resolve structural issues and focus on determining the level of ambition in preparing for the Ministerial Conference in Hong Kong in December.

Progress was made on several key issues at the sixth World Trade Organization Ministerial Conference in Hong Kong. All the participants recognized, however, that much remained to be finalized in 2006. Canadian poultry and egg industry representatives worked with Canada's politicians and trade negotiators to reinforce their position that over-quota tariff levels should not be reduced and that minimum access levels not be increased.



Progress was made on SEVERAL KEY ISSUES AT THE SIXTH WORLD TRADE Organization Ministerial Conference in Hong KONG. ALL THE PARTICIPANTS RECOGNIZED, HOWEVER, THAT MUCH REMAINED TO BE FINALIZED IN 2006.

Avian Influenza (AI)

AI remained a top concern world-wide as high pathogenic strains of the H5 virus were identified. The Canadian poultry and egg industry went on high alert when a low pathogenic H5 strain of AI was found on a British Columbia commercial duck farm in November. Quick action through a self-imposed quarantine by the producer and the industry/government decision to depopulate the affected flock prevented an industry-wide crisis similar to the one experienced in 2004 when AI was discovered in the Fraser Valley. This quick action and follow-up surveillance resulted in the CFIA and the BC Ministry of Agriculture and Lands declaring poultry farms in two surveillance zones of the Fraser Valley to be free of AI. The surveillance zones and all related quarantines were later removed.

The national agencies and the CPEPC continue to work with the CFIA to develop an effective and efficient set of AI protocols. A co-ordinator was hired by the industry to liaise with the CFIA and Agriculture and Agri-Food Canada. The co-ordinator will focus on projects such as compensation, a pre-emptive cull program and general emergency management, and will also work with governments to implement a national foreign animal disease preparedness plan.



Bovine Spongiform Encephalopathy (BSE)

Since the confirmation of BSE in Canada in 2003, the federal government has worked closely with the Canadian cattle industry to improve the situation facing it. Canada surpassed its testing target established for 2005 BSE surveillance. As of June, 32,363 samples were collected and tested through the provincial and federal laboratory network.

Following a December 2004 decision to allow a wide range of beef and beef products from Canadian cattle of any age into Cuba, the Cuban government announced in March that Canada had been approved as a source of live cattle. As well, the US border opened to some classes of live Canadian cattle and an expanded list of beef products, including bone-in beef from animals under 30 months old. In December, Japan decided to reopen its market to Canadian beef from cattle verified to be less than 21 months old, once risk assessments and final administrative procedures are completed.



LOOKING FORWARD

The Council engaged in constructive discussions to develop the strategic vision for 2006-2009 with the national agencies and stakeholders who presented their plans and priorities as well as their most important concerns. During the Council's strategic planning session in the fall, an environmental scan of the Canadian poultry and egg industry was presented as well as a domestic and international snapshot of the Canadian agriculture and agri-food sector.

The strategic planning session provided the Council with a clear vision of its role and responsibilities in overseeing an effective and sustainable supply management system in Canada. The session underscored the evolution of the poultry and egg industry, the uncertain impact on the industry as a result of international negotiations on agriculture and the idea of a more consumeroriented industry focused on innovation, efficiency and value chain principles.

Looking ahead, Council identified key priorities as well as challenges within the poultry and egg industry that need to be addressed. Council sees the following as its main priorities:

- work with the agencies and provincial supervisory boards to advance the renewal of the FPAs for poultry and eggs;
- strengthen its oversight role, ensuring that national agencies are operating according to their regulatory and legislative framework and authority;
- improve communication with national agencies and industry stakeholders, and foster dialogue among key stakeholders to enhance effective co-operation;
- continue to initiate activities, conferences and workshops that address current and emerging domestic and international poultry and egg issues to build a knowledge-based industry; and
- strengthen internal administration with sound management practices that allow the Council to monitor its performance against its strategic objectives.

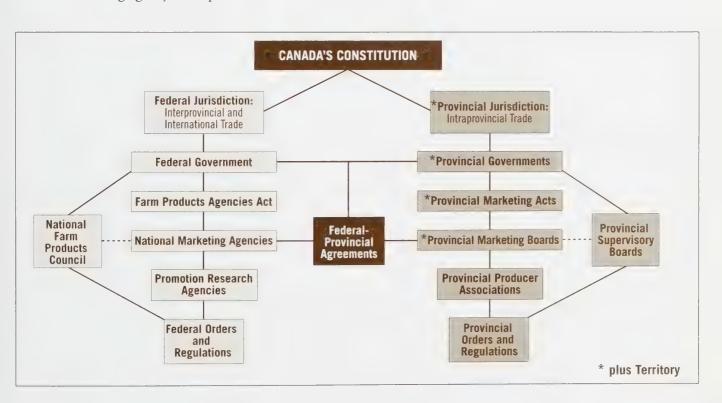
The Council is aware of the challenges in achieving these strategic priorities. Nevertheless, it is optimistic about the promising and exciting future. The Council is prepared, confident and secure that it has the support of its members, staff, the national agencies and industry partners.

LEGISLATIVE FRAMEWORK

Under Canada's Constitution, agriculture is divided into two jurisdictions: the federal jurisdiction encompassing inter-provincial and export marketing, and the provincial jurisdiction covering intra-provincial marketing. Any national program must be constructed to respect these two separate but interlinked jurisdictions. The federal government and each province, pursuant to the Constitution, put in place a framework within their own jurisdiction and authority. Structurally, the frameworks have similar parallel components, although at the provincial level, there may be some distinctly provincial features.

The supply management system is built on four key legal foundations.

- The Farm Products Agencies Act enables producer groups to set up national marketing agencies.
- Federal proclamations establish each of the national marketing agencies.
- Provincial and territorial legislation govern commodity and supervisory boards.
- Federal, provincial and territorial agreements provide the details for operating the system by setting out how each national marketing agency will operate.



STAKEHOLDER CONTACTS

Canadian Egg Marketing Agency

(613) 238-2514 Phone: Website: www.canadaegg.ca

Contact: Mr. Laurent Souligny, Chairperson

Mr. Tim Lambert, Chief Executive Officer

Chicken Farmers of Canada

Phone: (613) 241-2800 Website: www.chicken.ca

Contact: Mr. David Fuller, Chairperson

Mr. Mike Dungate, General Manager

Canadian Turkey Marketing Agency

(905) 812-3140 Phone:

Website: www.canadianturkey.ca

Contact: Mr. Brent Montgomery, Chairperson

Mr. Phil Boyd, Executive Director

Canadian Broiler Hatching Egg Marketing Agency

(613) 232-3023 Phone: Website: www.cbhema.com

Contact: Mr. Ed de Jong, Chairperson

Mr. Errol Halkai, Executive Director

The Canadian Beef Cattle Research Market Development and Promotion Agency

Phone: (403) 275-8558

Website: www.cattle.ca/nco/checkoff.htm Contact: Mr. Marlin Beever, Chairperson

Mr. Rob McNabb, Executive Director

Canadian Poultry and Egg Processors Council

Phone: (613) 724-6605 Website: www.cpepc.ca

Contact: Mr. Shelly Mandell, Chairperson

Mr. Robin Horel, President and CEO

Further Poultry Processors Association of Canada

Phone: (613) 738-1175

Website: www3.sympatico.ca/fppac

Contact: Mr. Ross MacLeod, Chairperson

Mr. Robert DeValk, General Manager

PROVINCIAL SUPERVISORY BOARD CONTACTS

British Columbia Farm Industry Review Board

Phone: (250) 356-8945 Website: www.firb.gov.bc.ca

Contact: Mr. Richard Bullock, Chairperson

Mr. Jim Collins, General Manager

Alberta Agricultural Products Marketing Council

Phone: (780) 427-2164 Website: www1.agric.gov.ab.ca Contact: Mr. Don Macyk, Chairman

Mr. Jackson Gardner, General Manager

Saskatchewan Agri-Food Council

(306) 787-8530 Phone:

Website: www.agr.gov.sk.ca/agrifood

Contact: Mr. Garf Stevenson, Chairperson

Ms. Joy Smith, Senior Policy Analyst

Manitoba Farm Products Marketing Council

Phone: (204) 945-4495

Website: web2.gov.mb.ca/agriculture/programs/

index.php?name=aaa31s02

Contact: Mr. David Gislason, Chairperson

Mr. Gordon Mackenzie, Director

Ontario Farm Products Marketing Commission

Phone: (519) 826-4220

Website: www.omafra.gov.on.ca/english/

farmproducts/index.html

Contact: Mr. Dave Hope, Chairperson

Ms. Arva Machan, General Manager

Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec

Phone: (514) 873-4024

Website: www.rmaaq.gouv.qc.ca

Contact: Mr. Marc A. Gagnon, Chairperson

Ms. Lise Bergeron, Vice-Chairperson

Nova Scotia Natural Products Marketing Council

Phone: (902) 893-6511

Website: www.gov.ns.ca/nsaf/npmc Contact: Mr. Dave Davies, Chairperson

Ms. Elizabeth (Liz) Crouse, General Manager

New Brunswick Farm Products Marketing Commission

Phone: (506) 453-3647 Website: www.gnb.ca

Contact: Mr. Hazen Myers, Chairperson

Mr. Robert Goggin, General Manager

Newfoundland and Labrador Farm Industry Review Board

(709) 729-3799 Phone:

Contact: Mr. Martin J. Hammond, Chairperson

Mr. Reg King, Co-ordinator

Prince Edward Island Marketing Council

(902) 368-5626 Phone:

Contact: Mr. Allison Ellis, Chairperson

Mr. Murray Myles, Marketing Council Officer

Northwest Territories Agricultural Products Marketing Council

(867) 873-7383 Phone:

Contact: Mr. Doug Doan, Chairperson

Mr. John Colford, Advisor





PERSONNES-RESSOURCES DES RÉGIES AGROALIMENTAIRES PROVINCIALES

Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec

Téléphone: (514) 873-4024 Site Web: www.tmaaq.gouv.qc.ca Personne-ressource: M. Marc A. Gagnon, président

Mme Lise Bergeron, vice-présidente

Nova Scotia Natural Products Marketing Council

Téléphone: (902) 893-6511 Site Web: www.gov.ns.ca/nsaf/npmc Personne-ressource: M. Dave Davies, président Mme Elizabeth (Liz) Crouse, directrice générale

Commission de commercialisation des produit

de Jerme du Nouveau-Brunswick Téléphone : (506) 453-3647 Site Web : www.gnb.ca

Personne-ressource : M. Hazen Myers, président M. Robert Goggin, directeur général

Mewfoundland and Labrador Farm Industry Review Board

Téléphone : (709) 729-3799 Personne-ressource : M. Martin J. Hammond, président M. Reg King, coordonnateur

Prince Edward Island Marketing Council

Téléphone : (902) 368-5626 Personne-ressource : M. Allison Ellis, président

M. Murray Myles, agent

Northwest Territories Agricultural Products Marketing Council

Téléphone : (867) 873-7383 Personne-ressource : M. Doug Doan, président M. John Colford, conseiller

British Columbia Farm Industry Review Board

Téléphone : (250) 356-8945 Site Web : www.firb.gov.bc.ca

Personne-ressource : M. Richard Bullock, président M. Jim Collins, directeur général

Alberta Agricultural Products Marketing Council Téléphone: (780) 427-2164

Site Web: www1.agric.gov.ab.ca Personne-ressource: M. Don Mac

Personne-ressource : M. Don Macyk, président M. Jackson Gardner, directeur général

Saskatchewan Agri-Food Council

Téléphone : (306) 787-8530 5. s. www. 391, 902, 603

Site Web: www.agr.gov.sk.ca/agrifood
Personne-ressource: M. Garf Stevenson, président
Mane Joy Smith, analyste politique sépior

Mme Joy Smith, analyste politique sénior

Conseil manitobain de commercialisation des produits agricoles

7644-646 (402): 500491919T

Site Web: web2.gov.mb.ca/agriculture/programs/

2021 Esse=smen sqhq.xsbni

Personne-ressource : M. David Gislason, président M. Gordon Mackenzie, directeur

noitseilnisvemmos et noissimmod des produits agricoles de l'Ontario

Téléphone : (519) 826-4220 Site Web : www.omafra.gov.on.ca/english/ farmproducts/index.html

Personne-ressource : M. Dave Hope, président Mme Arva Machan, directrice générale

ET PERSONNES-RESSOURCES COORDONNÉES DES INTERVENANTS

səjjinjon əp 1ə sfnæ p ennəthmyolennyt esh nəihnnnə lisenol

Site Web: www.cpepc.ca Téléphone: (613) 724-6605

M. Robin Horel, président et chef de la direction Personne-ressource: M. Shelly Mandell, président

səllinlov əb syustemnotennyyus Association canadienne des

Personne-ressource: M. Ross MacLeod, président Site Web: www3.sympatico.ca/fppac

7éléphone : (613) 738-1175

M. Robert DeValk, directeur général

Site Web: www.canadaegg.ca Téléphone: (613) 238-2514

Misse canadien de commercialisation

Personne-ressource: M. Laurent Souligny, président

M. Tim Lambert, directeur exécutif

Producteurs de poulet du Canada

Site Web: www.chicken.ca Téléphone: (613) 241-2800

sfnæ səp

M. Mike Dungate, directeur général Personne-ressource: M. David Fuller, président

nobnib ub Misse canadien de commercialisation

Site Web: www.canadianturkey.ca Téléphone: (905) 812-3140

Personne-ressource: M. Brent Montgomery, président

M. Phil Boyd, directeur exécutif

vindo n toluoq ob noitaduoni b etus en noitasilaisvemmos en neibana estello

Téléphone: (613) 232-3023

Site Web: www.cbhema.com

Personne-ressource: M. Ed de Jong, président

M. Errol Halkai, directeur exécutif

ae boucherie snivod esh noitomorq sh to esdoram esh Uffice canadien de vecherche, de développement

Téléphone: (403) 275-8558

Personne-ressource: M. Marlin Beever, président Site Web: www.cattle.ca/nco/checkoff.htm

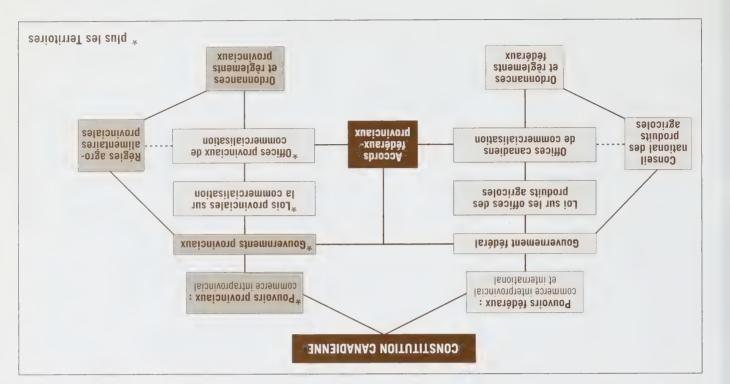
M. Rob McNabb, directeur général

CADRE LÉGISLATIF

Selon la Constitution du Canada, l'agriculture est divisée en deux compétences : la compétence fédérale qui traite de la commercialisation sur le marché interprovincial et dans le commerce d'exportation, et la compétence provinciale qui traite de la commercialisation intraprovinciale. Tout programme national doit respecter ces deux compétences distinctes bien qu'indissociables. Conformément à la Constitution, le gouvernement fédéral et chaque province mettent en place un cadre au sein de leur propre compétence et selon leur pouvoir. Structurellement, les composantes parallèles des cadres sont similaires même si, au niveau provincial, il peut y avoit quelques caractéristiques distinctes pour chaque province.

Le système de gestion de l'offre tient compte de quatre fondements juridiques clés.

- \bullet La Loi sur les offices des produits agricoles (LOPA) permet aux groupes de producteurs d'établir des offices nationaux de commercialisation.
- Les proclamations fédérales établissent chacun des offices nationaux de commercialisation.
- La législation provinciale et territoriale régit les offices de producteurs et les régies agroalimentaires.
- Les accords fédéraux-provinciaux-retritoriaux fournissent les détails concernant le fonctionnement du système en établissant des méthodes d'opération pour chaque office national de commercialisation.



PERSPECTIVES D'AVENIR

du Canada. qu'un aperçu national et international de l'industrie agricole et agroalimentaire conjoncture de l'industrie avicole et ovocole canadienne a été présentée, ainsi du Conseil qui a eu lieu à l'automne, une analyse environnementale de la préoccupations. Dans le cadre de la séance de planification stratégique qui ont présenté leurs plans et priorités de même que leurs principales stratégique pour 2006-2009 avec les offices nationaux et les intervenants Le Conseil a pris part à des discussions constructives visant à élaborer sa vision

axée sur les principes d'innovation, d'efficience et de chaîne de valeur. l'image d'une industrie davantage orientée sur le consommateur et qui serait négociations commerciales internationales pouvaient avoir sur ce secteur et de l'industrie de la volaille et des œufs, les répercussions incertaines que les et durable de gestion de l'offre au Canada. La séance a mis en évidence l'évolution son rôle et de ses responsabilités en matière de supervision d'un système efficace La séance de planification stratégique a fourni au Conseil un portrait précis de

les points suivants prioritaires: les défis à relever dans l'industrie de la volaille et des œufs. Le Conseil juge Pour le futur, le Conseil a cerné les priorités fondamentales de même que

- faire progresser le renouvellement des AFP de la volaille et des œufs; • travailler avec les offices et les régies agroalimentaires provinciales pour
- pouvoir qui leur a été accordé; opèrent en conformité avec le cadre réglementaire et législatif et le • renforcer son rôle de supervision, en veillant à ce que les offices nationaux
- favoriser une coopération efficace; de l'industrie, et encourager le dialogue entre les intervenants clés pour • améliorer les communications avec les offices nationaux et les intervenants
- une industrie axée sur le savoir; et international liées aux secreurs de la volaille et des œufs pour fonder traitent des questions courantes et des nouvelles d'intérêt national et • continuer à organiser des activités, des conférences et des ateliers qui
- ses objectifs stratégiques. qui permettent au Conseil de surveiller son rendement en fonction de • renforcer l'administration interne à l'aide de méthodes de gestion saines

nationaux et des partenaires de l'industrie. confiant et aussi assuré d'avoir l'appui de ses membres, du personnel, des offices Véanmoins, il est optimiste face à un futur prometteur et excitant. Il est prêt, Le Conseil a conscience qu'il ne sera pas facile d'accomplir ces priorités stratégiques.





La grippe avinire (GA)

La GA demeure une préoccupation universelle de première importance en raison des souches hautement pathogènes du virus H5 qui ont été observées. En novembre, l'industrie canadienne de la volaille et des œufs a été mise en état de grande alerte car on a détecté une souche faiblement pathogène du virus prippal aviaire H5 sur une ferme commerciale de la Colombie-Britannique où on fait l'élevage du canatd. La mise en quarantaine rapide que s'est imposée le producteur et la décision de l'industrie et du gouvernement d'abattre le troupeau touché a évité une crise à l'échelle de l'industrie semblable à celle que l'on a vécu couché a évité une crise à l'échelle de l'industrie semblable à celle que l'on a vécu de l'Abgriculture et des l'enesures de suivi ont permis à l'ACIA et au ministère de l'Agriculture et des Terres de la Colombie-Britannique de déclarer les fermes avicoles de deux zones de surveillance de la vallée du Fraser exemptes de GA. Ces zones de surveillance et les mises en quarantaine connexes ont ultérieurement été levées.

Les offices nationaux et le CCTOV poursuivent leur travail avec l'ACIA pour élaborer un ensemble efficace et efficient de protocoles sur la GA. L'industrie a embauché un coordonnateur pour assurer la liaison avec l'ACIA et Agriculture et Agroalimentaire Canada. Le coordonnateur se concentrera sur des projets comme une indemnisation, un programme d'abattage préventif et une gestion générale des situations d'urgence. Il travaillera également avec les gouvernements pour mettre en œuvre un plan national d'intervention d'urgence en cas de maladies provenant d'animaux venant de l'étranger.

L'encephalopathie spongiforme bovine (ESB)

Depuis la confirmation de la présence d'ESB au Canada en 2003, le gouvernement fédéral travaille en étroire collaboration avec l'industrie canadienne du bovin d'afin d'améliorer la siruation à laquelle elle fait face. Le Canada a surpassé l'objectif qu'il s'était fixé pour 2005 en matière de dépistage de l'ESB. De janvier à juin, 32 363 échantillons ont été prélevés et testés dans le réseau des laboratoires provinciaux et fédéraux du Canada.

A la suire d'une décision prise en décembre 2004 consistant à autoriser l'entrée d'un large éventail de viande de bœuf et de produits de bœuf en provenance de bovins canadiens de tout âge à Cuba, le gouvernement cubain a annoncé en mars que le Canada avait été approuvé en tant que source de bovins vivants. Par ailleurs, les États-Unis ont ouvert leur frontière à quelques classes de bovins vivants en provenance du Canada et à une liste élargie de produits de bœuf, y compris la viande de bœuf non désossée d'animaux de moins de 30 mois. En décembre, le Japon a décidé de rouvrit son marché au bœuf canadien pour les bovins de moins de 21 mois dont l'âge a été vérifié, après que les évaluations du risque et les procédures administratives finales auront été complétées.

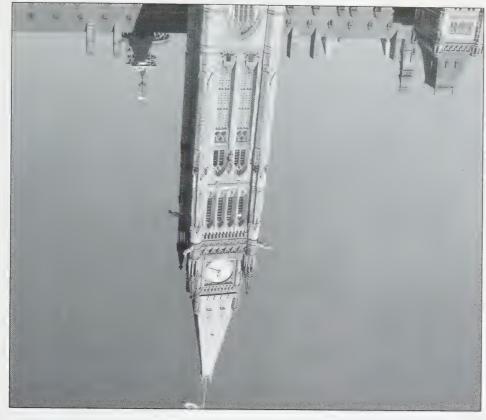
QUESTIONS DE L'HEURE DANS L'INDUSTRIE

sont toujours un problème pour l'industrie du bœuf à l'échelle mondiale. de GA étaient deux des questions de l'heure. LESB et son impact sur le commerce la coordination de l'industrie et du gouvernement pour faire face à la flambée négociations commerciales de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) et coordonné leurs efforts dans des secteurs d'intérêt commun. Le cycle de Les quatre offices nationaux de commercialisation de la gestion de l'offre ont

(MO) original de l'Organisation montant du commerce (MO)

Hong Kong en décembre. le niveau d'ambition en préparation à la conférence ministérielle qui a eu lieu à Dobjectif était de trouver des solutions aux problèmes structurels et de préciser ambitieux a suscité des négociations extrêmement animées au sein de l'OMC. Durant le cycle de négociations à Doha, l'intention de réaliser des progrès

contingent ni augmenter les niveaux minimum d'accès. leur position, à l'effet qu'il ne faut pas réduire les niveaux des droits hors canadienne de la volaille et des œufs ont déployé des efforts pour renforcer Canada et les négociateurs commerciaux, les représentants de l'industrie encore plusieurs détails à régler en 2006. De concert avec les politiciens du plusieurs questions clés. Tous les participants ont toutefois reconnu qu'il reste La sixième conférence ministérielle de l'OMC à Hong Kong a fait progresser



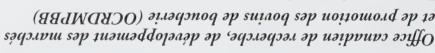
кестек еи 2006. encore plusieurs détails à RECONNU QU'IL RESTE PARTICIPANTS ONT TOUTEFOIS QUESTIONS CLÉS, TOUS LES PROGRESSER PLUSIEURS у Ноис Коис в рыт MINISTÉRIELLE DE L'OMC La sixième conférence

Office canadien de commercialisation des œufs d'incubation de poulet à chair (OCCOIPC)

L'Office a poursuivi ses discussions avec les Alberta Harching Egg Producers (producteurs d'œufs d'incubation de l'Alberta) pour les amener à adhérer de nouveau à l'Office. Les producteurs de l'Alberta se sont séparés de l'Office en décembre 2004. L'Office a également discuté avec les producteurs de la Saskatchewan et du Nouveau-Brunswick pour les encourager à adhérer à l'Office.

LOffice a axé ses efforts sur le renouvellement de l'AFP. Le comité responsable de cet accord s'est réuni en juin pour examiner la version préliminaire de l'AFP, l'annexe A - Proclamation et l'annexe B - l'Entente opérationnelle. Le travail sur l'AFP et les annexes qui s'y rattachent a été complété. En 2006, l'OCCOIPC feta parvenir l'AFP modifié à tous les signataires pour qu'ils expriment leurs commentaires.

L'Office a renforcé l'aspect de la biosécuriré de son programme HACCP— le Programme canadien d'assurance de la qualité des œufs d'incubation (PCQOI®). L'examen technique initial du Programme a été effectué par l'ACIA en 2005. Dans le cadre du Programme, les exploitants d'œufs d'incubation de poulet à chair font l'objet de vérifications en fonction des bonnes pratiques de production et des points de contrôle essentiels. Le Programme compre trois points de contrôle essentiels : la médication utilisée, le tri des œufs d'incubation et l'entreposage de tous les œufs d'incubation destinés aux postes de classement d'œufs entegistrés tous les œufs d'incubation destinés aux postes de classement d'œufs entegistrés au fédéral. L'ACIA réexaminera les changements en 2006.



En mars 2005, le Conseil a approuvé au préalable la première Ordonnance canadienne sur les redevances à payer de l'Office. Les redevances nationales, fixées à un dollar par têre, sont perçues sur la commercialisation interprovinciale des bovins de boucherie. Quatre provinces (C.-B, Alb., Sask., M.-B.) perçoivent les redevances à payer en fonction des accords signés. Les autres provinces perçoivent les redevances sur une base facultative et les remettent à l'Office pour soutenir la promotion, la recherche et les activités axées sur ses plans de développement des marchés. L'Office poursuit son travail avec ses homologues développement des marchés. L'Office poursuit son travail avec ses homologues provinciaux pour mettre en application le système national de perception des prélèvements en fonction des accords signés.

L'Office a entrepris des efforts pour rédiger et finaliser les documents requis qui serviront à établir un prélèvement sur l'importation de bovins de boucherie, de bœuf et de produits du bœuf. Le personnel de l'Office a aussi étudié la possibilité de percevoir une redevance sur les exportations.



Marque déposée de l'Office canadien de commercialisation des œufs d'incubation de poulet à chair

à titre d'observateur au comité. l'Office en mars 2006. Le vice-président du Conseil, Ron O'Connor, a siégé présentée au conseil d'administration de l'OCO au cours de la réunion de le rapport final a été rédigé à la fin de 2005. La version définitive devrait être en début 2005. Les entrevues à la ferme ont eu lieu à l'été et à l'automne, et la réalisation de questionnaires et la méthode d'échantillonnage, a été complété taux de ponte et de conversion alimentaire. Le travail préliminaire, y compris enquête consiste à actualiser les indicateurs de productivité, par exemple, le intégrée dans le programme des produits industriels de l'Office. Cette nouvelle

derniers mois de l'année. l'Office a dû demander une augmentation de ses prélèvements pour les quatre États-Unis, et des volumes imprévus de produits industriels excédentaires, prix peu élevés des œufs de décoquillage qui sont influencés par les prix aux LOffice a amorcé l'année dans une bonne position financière. En raison des

son programme de salubrité des aliments à la ferme depuis 1989. réglementés. Il évalue les fermes en fonction des critères visés. L'Office applique par les inspecteurs de l'Office sur le terrain et concerne les producteurs d'œufs appelé Propreté d'abord—Propreté toujours. Ce programme HACCP est dispensé veiller à ce qu'ils appliquent le programme de salubrité des aliments de l'Office DOffice continue à mener des vérifications auprès des producteurs d'œufs pour

Propreté d'abord—Propreté toujours® et devrait être opérationnel en 2006. ferme pour les producteurs de poulettes. Ce programme ressemblera au programme $^{
m LOffice}$ est aussi en train d'élaborer un programme de salubrité des aliments à la

et a fixé les audiences pour le début de 2006. au 25 décembre 2004. La Cour fédérale a réuni les deux demandes d'examen semblable en 2004 concernant la période de contingentement du 1er août Les parties de la Saskatchewan avaient déposé une demande d'examen judiciaire de l'OCCO pour la période du 26 décembre 2004 au 31 décembre 2005. contingents provinciaux établis au moyen du règlement sur le contingentement ont déposé devant la Cour fédérale une demande d'examen judiciaire des Les signataires de la Saskatchewan et trois fermes ovocoles de la Saskatchewan

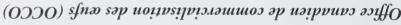
Marque déposée de l'Office canadien de commercialisation des œufs

Même si l'on constate des progrès dans l'amélioration du processus d'établissement des contingents, le conseil d'administration des PPC concentre aussi son attention sur d'autres améliorations. Le Conseil a été encouragé par l'empressement des PPC à discuter ouvertement des améliorations. L'Office a montré sa détermination à établir les volumes appropriés de production pour chaque période en utilisant des indicateurs de marché crédibles, comme les volumes d'importation, les stocks entreposés et les prix de gros, pour éventuellement mettre fin aux préoccupations des transformateurs.

En avril 2005, le CCTOV a déposé une plainte à l'égard du contingent établi pour la période A-66 par les PPC, et aussi de l'ensemble de son processus d'établissement des contingents. Le Conseil a abordé cette plainte en deux étapes. D'abord, le CCTOV et le personnel de direction des PPC ont tous deux accepté de rencontret le Conseil pour lui présenter leurs points de vue sur le contingent proposé pour la période A-66. Le Conseil a ensuite rencontré le conseil d'administration des PPC pour discuter des préoccupations du CCTOV. Les réunions ont servi de forum à toutes les parties pour exprimet leurs inquiétudes et discuter d'éventuelles améliorations au processus.

En début novembre, le CCTOV a déposé une seconde plainte devant le Conseil, à l'égard cette fois de la décision des PPC au sujet des contingents pour la période A-70, lui demandant de trouver des solutions aux questions qui reviennent périodiquement en rapport avec le système actuel. La présidente du Conseil a rencontré les membres du personnel clés du CCTOV et des PPC pour discuter de la situation. Il en est ressorti plusieurs suggestions touchant l'amélioration du processus d'établissement des contingents et l'élaboration d'un plan d'action. Les PPC ont accepté de former un groupe de travail avec le CCTOV. Son mandat est de définit les plus importants indicateurs des marchés à prendre en considération est de définit les plus importants indicateurs des marchés à prendre en considération

Les PPC ont accepté de former un groupe de travail avec le CCTOV. Son mandat est de définit les plus importants indicateurs des matchés à prendre en considération pout établit les contingents, et ensuite d'analyser cest indicateurs sous tous les angles. Le Conseil félicite les parties d'adopter cette approche commune pout tégler leurs diffétends, et suivra avec intérêt l'évolution des efforts du groupe de travail.



LOCCO a modifié son *Plan de marketing et de nutrition*. Par ce plan, l'OCCO vise à accroître la consommation d'œufs en promouvant leurs effets bénéfiques pour la santé. En collaboration avec médecins, diérétistes et éducateurs, l'Office a tenté d'améliorer la perception qu'ont les patients et le public en général à renté d'améliorer la perception d'œufs.

L'Office a également mis à jour son enquête sur le coût de production. La dernière enquête date de 1999, L'OCCO et l'office de commercialisation des œufs de chacune des provinces utilisent la formule de calcul des coûts de production pour déterminer le prix au producteur ainsi que la valeur de rachat



de contingentement de l'Office et au règlement sur le contingentement proposé. autre plainte déposée devant le Conseil. Cette fois, elle touche à la méthode la période de contrôle de 2005-2006. Toutefois, cette mesure a provoqué une du comité de contingentement de l'Office. Ils ont établi un contingent pour En juillet, les administrateurs de l'OCCD ont accepté les recommandations

un médiateur pour l'aider à trouver des issues favorables. à établir un règlement sur le contingentement acceptable, l'OCCD a embauché pour 2005-2006. Conscient de l'importance de sa position et de son incapacité le Conseil a refusé d'approuver au préalable le règlement sur le contingentement des explications de l'Office et du rapport d'enquête du personnel sur la plainte, rapport aux membres du Conseil. Après examen des documents justificatifs, Le personnel du Conseil a mené une enquête sur la question et a présenté son

cette affaire. Le Conseil continue à coopérer avec l'OCCD et ses membres afin de faire avancer

Producteurs de poulet du Canada (PPC)

systèmes normalisés de sécurité alimentaire, dans les fermes canadiennes. assurer la mise en place d'excellentes procédures de sécurité alimentaire et de alimentaire à la ferme, appelé Salubre, plus salubre, encore plus salubre, et ainsi industries pour favoriser la biosécurité au sein du programme de salubrité canadienne du poulet. Les PPC collaborent aussi avec leurs partenaires des animaux a été lancé afin d'élaborer un programme global associé à la production programmes de soin des animaux de ferme. Un projet pilote sur le soin des le poulet, les perceptions concernant la salubrité et la qualité des aliments et les canadienne du poulet, comme la préférence des consommateurs canadiens pour Les PPC continuent à surveiller les questions clés qui touchent à l'industrie



DES TRANSFORMATEURS. FIN AUX PRÉOCCUPATIONS ÉVENTUELLEMENT METTRE LES PRIX DE GROS, POUR LES STOCKS ENTREPOSÉS ET VOLUMES D'IMPORTATION, CRÉDIBLES, COMME LES INDICATEURS DE MARCHÉ PÉRIODE EN UTILISANT DES **Р**КОDUCTION РОИК СНАQUE LES VOLUMES APPROPRIÉS DE DÉTERMINATION À ÉTABLIR LOFFICE A MONTRÉ SA

səəuuop əp Jənuv_W

Le Conseil a publié l'édition de 2004 de l'Industrie canadienne de la volaille et des œufs en septembre 2005. Ce manuel complet fournit un large éventail de faits et de données statistiques sur l'industrie de la volaille et des œufs. Le manuel est reconnu comme un outil pratique dans ces secteurs, dans le milieu universitaire, dans les ministères et parmi les autres groupes concernés.

ÉTAT DE L'INDUSTRIE

BEANE DES OFFICES

Office canadien de commercialisation du dindon (OCCD)

Beaucoup de travail a été accompli dans le cadre du programme de salubrité alimentaire à la ferme de l'Office. L'examen technique mené par l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) en 2005, qui visait à établir la cohérence du programme avec les principes du programme Analyse des dangers et maîtrise des points critiques (connu sous le nom de « HACCP » en anglais), a porté ses fruits.

L'Office a joué un rôle important dans la promotion de la valeur nutritive du dindon auprès des Canadiens. La longue période de stagnation de la demande est révolue grâce à la croissance importante de la consommation, aux produits plus élaborés et à plusieurs initiatives de commercialisation du prêt-à-manger.

En 2004, l'industrie de la transformation a approché l'OCCD, lui demandant un approvisionnement supplémentaire pour lancer un nouveau sandwich à la dinde au menu des restaurants McDonald's. Ainsi, la consommation globale de sous-marins et de sandwiches deli a grimpé dans les restaurants canadiens à service rapide en 2005. Cela est de bon augure pour la consommation, la production et les activités de transformation.

Les questions de contingentement continuent cependant à préoccuper l'Office, si l'on s'en tient au rapport de décembre 2004 qu'a déposé le comité des plaintes du Conseil. La plainte des signataires de la Colombie-Britannique contestait les politiques de contingentement de l'OCCD. L'Office a réagi en formant trois souscomités ayant pour mandat de définit et de mesurer les critères énoncés à l'article 4 de la Proclamation et d'expliquer comment ils s'appliqueraient à un nouveau système de contingentement.

BEAUCOUP DE TRAVAIL A ÉTÉ ACCOMPLI DAUS LE CADRE DU PROGRAMME DE SALUBRITÉ ALOFFICE A... L'OFFICE A JOUÉ UN RÔLE IMPORTANT DANS LA PROMOTION DE LA VALEUR NUTRITIVE DU DINDON AUPRÈS DES CANADIENS.



peuvent avoir la science et la technologie sur la productivité agricole, la nutrition, la santé et l'environnement. On y a également abordé les questions liées aux flambées d'encéphalopathie spongiforme bovine (ESB) et de grippe aviaire (GA), leurs répercussions, ainsi que la prévention et la gestion de flambées éventuelles.

L'Ave Expo Americas qui s'est tenue en août au Brésil a souligné encore une fois la croissance sourenue de la production sud-américaine de la volaille, plus particulièrement des exportations du Brésil. Le premier International Aviculture Forum (forum international sur l'aviculture) a traité de nutrition de la volaille, de biosécurité, de GA, et de gestion et du bien-être des animaux.

Le commerce international de la volaille et des produits avicoles a été touché par la découverte de diverses souches de GA chez les troupeaux sauvages et domestiques. Les préoccupations liées au transfert possible entre humains d'une souche dérivée de GA ont provoqué autour du monde un état d'anxiété au sujet de la probabilité d'une pandémie humaine de grippe.

Les décisions en matière de politique commerciale de la Russie (contingents d'importation) et de l'Union Européenne [teneur en sels de la volaille] ont eu une incidence négative sur les principaux exportateurs de volaille, ce qui a nui aux prix de la volaille à l'échelle internationale. Les producteurs, transformateurs, distributeurs, détaillants et consommateurs du Canada en ont aussi ressenti les effets. Ces expériences ont mis en évidence l'importance de maintenir des relations de travail étroites avec les intervenants de la chaîne d'approvisionnement pour que le Canada produise des aliments sains, vendus en quantité suffisante pour répondre à la demande, et ce, à des prix raisonnables.

INITIATIVES EN MATIÈRE DE COMMUNICATION

Le Conseil a continué à fournir d'excellents produits de communication pour informer ses membres, son personnel et les partenaires et intervenants de l'industrie, et leur faire part des plus récents événements.

Bulletin Focus

Publié huit fois par année, le bulletin Focus du Conseil fournit aux lecteurs intéressés de l'information précieuse et à jour. Il traite surrout des affaires du Conseil et des nouvelles des offices, en plus d'offrit un survol des nouvelles internationales, de l'industrie et du portefeuille.

Site Web

Les commentaires constructifs des utilisateurs ont beaucoup aidé le Conseil à mettre à jour son sire Web, le rendant plus convivial et informatif. Les pages « Contactez-nous » qui affichent des liens aux offices de commercialisation de la gestion de l'offre et aux gouvernements provinciaux ainsi que la page d'accueil du Conseil sont celles qui ont reçu le plus de « visites » en 2005. Pour simplifier l'accès à l'information, le site comporte maintenant une page intitulée « Manuel l'accès à l'information, le site comporte maintenant une page des allocutions.

Ем тамт фие иатіом рабориствісе ре ремеёея аліменталява, се Самара уляе вубелея ет ре реметер рабора в рабора

DES PRODUITS AGRICOLES (LCPA)

En 2005, le Conseil a lancé un projet important pour améliorer l'efficacité de l'application de la Loi sur la commercialisation des produits agricoles (LCPA). La Loi permet au gouvernement fédéral de déléguer des pouvoirs aux commissions et aux offices provinciaux, qui à leur tout réglementent le commerce intraprovincial, interprovincial et d'exportation.

Le projet a pour but :

- de rationaliser la procédure administrative servant à modifier les ordonnances, les règlements et la LCPA;
- de faciliter la capacité de suivre l'évolution d'un dossier donné; et
- de connaître l'état actuel de tous les décrets de délégation de pouvoirs de la LCPA et de tous les offices provinciaux exerçant des pouvoirs fédéraux qui leur ont été délégués.

Le Conseil a créé une base de données qui englobe l'ensemble des ordonnances et règlements pris en verru de la LCPA. Cette base est utile quand vient le temps de retrouver et d'utiliser de l'information pour établir un rapport détaillé. Grâce à la collaboration de routes les régies agroalimentaires provinciales, la base de données règlements et les ordonnances en général et leurs modifications, les coordonnées des personnes-ressources de la régie agroalimentaires et de l'office de commercialisation de chaque province, et des extraits de la Gazette du Canada en plus de permettre d'accéder directement à tous les documents législatifs qui se rattachent à la LCPA.



AU-DELÀ DES FRONTIÈRES CANADIENNES

Le Conseil a participé à un certain nombre de forums et d'ateliers internationaux sur la volaille pour élargir les connaissances des tendances et des développements dans les secreurs de la volaille et du bœuf. En tant que nation productrice de denrées alimentaires, le Canada vise avant tout à assurer la mise en place de règles et de pratiques commerciales sensées et équitables, et à faire le nécessaire pour que le secreur de l'agriculture canadienne soit prêt à réagir à tout problème éventuel lié à la santé des animaux.

A Unternational Poultry Exposition (salon international de la volaille) d'Atlanta, qui s'est déroulée en janvier, on a discuté des changements technologiques et des enjeux auxquels fait face l'industrie avicole et ovocole. En févriet, à l'Agricultural Outlook Forum (forum sur les perspectives de l'agriculture) du département de l'Agriculture des États-Unis, on a traité le thème « Science, aux politiques et aux marchés- à l'horizon ». L'événement a mis l'accent sur les divers effets positifs que

2003. En 2005, ils cherchaient encore une entente avec les provinces. l'office de commercialisation et à la régie agroalimentaires de chaque province en marché de certaines provinces. Les PPC ont présenté le projet de modification à Cependant, le nouvel accord ne remplissair pas les objectifs de réceptivité au désormais plutôt axée sur un régime « ascendant » en fonction du marché.

de poulet à chair (OCCOIPC) noithdusni h etum esh noitheilnisvimmos sh noithnna soiffO

des membres autres que des producteurs au conseil d'administration de l'Office. du Canada (POIC) » et permettre aux organisations de l'industrie de nommer changer le nom de l'Office qui deviendrait « Producteurs d'œufs d'incubation comprennent, entre autres, retirer la province de l'Alberta en tant que membre, Les modifications proposées à la Proclamation de l'Office (annexe A de l'AFP) afin qu'ils en examinent le contenu et lui fassent part de leurs commentaires. qui s'y rattachent. Ce document sera distribué à tous les signataires en 2006 En 2005, l'Office a terminé son travail sur un nouveau AFP et les annexes



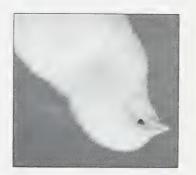
présentée devant la Cour fédérale, ce qui a mis fin à l'élaboration de l'AFPT, du principe de l'avantage comparé de production. En 2005, cette objection a été Loi sur les offices des produits agricoles, notamment qu'elle ne tenait pas compte a contesté cette section, déclarant qu'elle ne respectait pas les exigences de la contingentement proposée par l'OCCO. Le gouvernement de la Saskatchewan ne signeraient pas un nouvel AFPT comportant la nouvelle méthode de À ce moment-là, les trois signataires de la Saskatchewan ont déclaré qu'ils (AFPT) renouvelé aux signataires afin qu'ils émettent leurs commentaires. En 2004, l'OCCO a fait circuler l'ébauche de l'Accord fédéral-provincial-territorial



la finalisation du renouvellement de l'AFP dont est responsable l'Office. de contingentement. Ces problèmes, qui durent depuis 2004, ont retardé LOCCD fair encore face à des problèmes internes relatifs à sa méthode

cette question, 2005, l'OCCD a entamé un processus de médiation pour tenter de régler n'a pu arriver à un consensus sur les recommandations du comité. À l'automne d'administration de l'Office à des fins d'examen. Le conseil d'administration En juin, le comité a terminé son travail et en a fait rapport au conseil et d'élaborer une nouvelle politique pour établir le contingent commercial. responsable d'examiner les critères établis dans la Proclamation de l'OCCD En février 2005, l'Office a formé un comité de contingentement qui est

de l'AFP. contingentement, l'Office pourra enfin se concentrer sur le renouvellement Si une entente est conclue sur l'adoption d'une méthode acceptable de









ACCORDS-FÉDÉRAUX PROVINCIAUX (AFP)

LOffice canadien de commercialisation des œufs (OCCO), l'Office canadien de commercialisation du dindon (OCCD) et l'Office canadien de commercialisation des œufs d'incubation de poulet à chair (OCCOIPC) ont poursuivi leur travail à l'égard du renouvellement de leur AFP. Les discussions de l'OCCO et de l'OCCD visaient aussi à résoudre les questions relatives à la méthode de contingentement utilisée par chaque office.

L'Association nationale des régies agroalimentaires a convoqué ses membres à des ateliers qui ont eu lieu en avril et en mai. Ces ateliers avaient pour but de définir clairement et logiquement les attentes des provinces à l'égated du secteur à offre réglementée et d'adopter un ensemble de principes acceptables aux gouvernements. Ces principes guideront les offices dans l'élaboration de leurs politiques de contingentement. Parmi les participants aux ateliers, on comptait les membres de l'Association nationale des régies agroalimentaires provenant des dix provinces de l'Association nationale des régies provinciales) ainsi que des sous-ministres adjoints responsables des politiques agricoles de plusieurs provinces. Quant aux participants fédéraux, on comptait des représentants du Conseil et d'Agriculture et Agroalimentaire Canada.

Le principe fondamental qui a été établi au cours des ateliers touche à l'intégration d'une croissance différentielle aux méthodes de contingentement élaborées par l'office concerné. Ce principe semblait en harmonie avec les objectifs initiaux de gestion de l'offie et être un prérequis pour créer un système fort, flexible et réceptif, pouvant s'adapter aux nouveaux marchés, aux règles du commette international et aux objectifs provinciaux en matière de politique.

On retrouve également d'autres principes généraux, comme la protection des investissements financiers, la prise en considération d'autres approches régionales de contingentement, l'appui à l'innovation, des mécanismes efficaces de résolution des différends et des politiques d'exportation qui sont « acceptables à l'OMC ». Et enfin, les AFP doivent répondre au meilleur intérêt de tous les membres de la chaîne de valeur.

Les membres de l'Association nationale des régies agroalimentaires ont consigné les principes en question dans un rapport afin de favoriser le dialogue avec les quatre offices nationaux de commercialisation. Des réunions ont eu lieu à l'automne avec chaque office. En général, les offices ont réagi de façon positive aux principes, et ils ont bien accueilli l'initiative de l'Association en vue d'aider à résoudre les questions en suspens entourant les politiques de contingentement et l'achèvement à temps des AFP.

Lavancement du renouvellement de l'AFP de chaque office est décrit ci-dessous.

Les Producteurs de poulet du Canada (PPC)

 $\rm Un\ AFP$ renouvelé a été signé en juin 2001, englobant une nouvelle approche de contingentement. La méthode axée sur la formule « descendante » était



EXAMEN DU CONSEIL

PFFAIRES DU CONSEIL

Cette année a été très occupée et fructueuse pour le Conseil et son personnel. Le Conseil a tenu 13 réunions en 2005; dont sept par téléconférence et six en personne. Les membres du Conseil ont participé régulièrement aux réunions des cinq offices nationaux qu'il supervise et même aux réunions du Conseil canadien des transformateurs d'œufs et de vollailes (CCTOV). Le Conseil a également rencontré ses homologues provinciaux, les régies agroalimentaires, pour examiner les défis auxquels font face les industries réglementées des produits agricoles.

Le Conseil a entrepris des démarches pour offrir aux intervenants des solutions autres que le mécanisme de recours officiel pour résoudre leurs différends. À différends qui seront offertes. Dorénavant, si un processus de résolution parallèle des différends n'est pas possible, le Conseil pourrait géret les plaintes en tenant des audiences publiques, aux termes de l'article 8 de la Loi sur les offices des produits agricoles (LOPA).

PLAINTES

En 2005, le Conseil a répondu à trois plaintes déposées par des intervenants.

En avril, le CCTOV a déposé une plainte contre les contingents établis par les Producteurs de poulet au Canada (PPC) pour la période A-66 (du 26 juin au 20 août) et l'ensemble du processus d'établissement des contingents. Le Conseil a enquêté sur la plainte et a convoqué une réunion des PPC en juillet pour observer ticipé à la réunion du conseil d'administration des PPC en juillet pour observer comment les administrateurs établissent les contingents. Le Conseil a fait plusieurs recommandations à l'Office sur la façon d'améliorer le processus.

En juillet, l'Office de commercialisation du dindon de la Colombie-Britannique a déposé une plainte relative au règlement sur le contingentament proposé par l'Office canadien de commercialisation du dindon (OCCD) pour 2005–2006 et à la méthode de contingentement de l'Office. Même si le Conseil a finalement rejeté la règlement proposé, la plainte demeure en suspens en attendant les résultats du processus de facilitation de l'OCCD. Ce processus a été amorcé par l'OCCD afin de trouver une méthode de contingentement qui réponde aux besoins de ses membres et respecte ses responsabilités légales.

En novembre, le CCTOV a déposé une autre plainte contre les PPC, concernant cette fois le contingent pour la période A-70 et, encore, contre le processus global d'établissement des contingents. Le Conseil a rencontré les deux parties concernées. Ils en sont venus à une entente consistant à former un comité technique conjoint de l'industrie pour mettre au point et mesurer des indicateurs du marché qui permettraient de prévoir à long terme avec plus de précision l'offre et la demande de poulet.



Occupée et fructueuse occupée et fructueuse pour le Conseil et son personnel ... Le Conseil a écalement rencontré ses homologues provinciaux, les régies alimentaires, pour examiner les défis auxquels pont face les industries réglementées diducts produits acricoles.



PLAN STRATÉGIQUE DU CONSEIL

Le Conseil achève son plan stratégique triennal, lequel poursuit les objectifs suivants :

- faire en sorte que le système de gestion de l'offre fonctionne dans le meilleur intérêt de tous les intervenants; assurer une supervision transparente et responsable des offices nationaux de commercialisation en matière de poulet, dindon, œufs et œufs d'incubation; travailler de concert avec les partenaires des gouvernements provinciaux et tetritoriaux pour renouveler les accords qui vont renforcer le système de gestion de l'offre;
- promouvoir la force, la compétitivité et la rentabilité des secreurs et collaborer à améliorer leur capaciré à répondre aux besoins du marché; encourager les possibilités relatives au marché de l'exportation, aux normes supérieures de salubrité des aliments, à une gestion améliorée de la chaîne d'approvisionnement et à d'autres mesures avantageuses pour l'industrie canadienne de l'agriculture et de l'agroalimentaire; fournir une orientation sur les mérites et les processus pour créer des offices de promotion et de recherche; et
- continuer à améliorer la gestion efficace, transparente et réceptive des activités du Conseil; réaliser cette opération en améliorant les procédures de planification stratégique, de rapport de gestion et d'exploitation.

En octobre 2005, les membres et le personnel de niveau supérieur du Conseil se sont réunis pour commencer à élaborer le *Plan stratégique*, 2006–2009. Ce plan sera finalisé et rendu public dès le début de 2006. Le Conseil devra être proactif en :

- informant le ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire et les réponsables des politiques concernant les activités des offices nationaux et les répercussions possibles qu'auront les politiques nationales et les ententes commerciales internationales sur les industries réglementées des produits agricoles;
- fournissant un programme actif d'information au secteur de l'agroalimentaire pour souligner l'importance et les avantages d'une coopération entre gouvernements et intervenants en matière de réglementation de la commercialisation;
- amenant les offices et les acteurs du secteur à discuter des possibilités et des défis d'importance auxquels font face les industries concernées.

WEMBRES



Absents: Juliann Blaser Lindenbach (membre), Larry Campbell (membre—son mandat s'est terminé en novembre 2005) Cynthia Currie (présidente), Terry Hayward (directeur exécutif), Maurice Giguère (membre), Stewart Affleck (membre). De gauche à droite : Roger Richard (membre), Michel Veillette (membre), Susan Johnson (membre), Ron O'Connor (vice-président),

PERSONNEL



Carola McWade, John Kirk, Christine Kwasse, Kevin McBain, Chantal Lafontaine, Demeena Seyann De gauche à droite : Lisette Wathier, Keith Wilkinson, Carole Hotte, Pierre Bigras, Lise Leduc, Terry Hayward, Reg Milne,

Absents: Laura LeBoeuf, Patricia Lepage

Pour ce qui touche à l'avenir, le Conseil continuera à encourager les offices de gestion de l'offre du dindon, des œufs et des œufs d'incubation de poulet à chair à renouveler leurs accords fédéraux-provinciaux (AFP). Ces accords offrent des possibilités en matière d'innovation et de transparence ainsi qu'un système de répartition équitable en permettant une croissance inégale des marchés. Le Conseil continuera aussi à encourager la diffusion d'information plus exhaustive sur les marchés, de sorte que les offices avicoles et ovocoles puissent prendre des décisions éclairées en ce qui a trait à la production et à la commercialisation.

Je suis convaincue de notre future réussite grâce au travail acharné de mes collègues du Conseil et du personnel, qui ont fait preuve d'engagement et de coopération en s'attaquant à des questions complexes.

Je profite de l'occasion pour souligner les efforts soutenus des offices nationaux de gestion de l'offre et des intervenants de l'industrie pour trouver un terrain d'entente et préparer l'avenir. Par leur engagement envers le partenariat, l'intégrité et le leadership, les industries canadiennes de la volaille et des œufs se renforcent. L'industrie canadienne du bœuf, grâce à ses propres efforts coopératifs, reprend aussi de la vigueur en relançant ses marchés d'exportation. Je suis convaincue que son avenir sera florissant.

Nous sommes fiers de nos réalisations, mais ils ne sont qu'un prélude au succès futur du Canada, où les partenariats constituent le fondement d'un leadership solide.

La présidente

Cynthia Currie

MESSAGE DE LA PRÉSIDENTE

pour un petit organisme. délai prescrit, ce qui n'était pas un mince exploit la gestion interne soient mises en œuvre dans le les nouvelles politiques pangouvernementales sur défis. Nous devions également nous assurer que 2005 a apporté au CNPA son contingent de de certains employés, nous pouvons dire que nouveaux membres au Conseil et le roulement dont nous avons relevé les défis. Avec cinq pouvons être fiers des résultats et de la façon Si nous réexaminons l'année à l'étude, nous

l'industrie et du gouvernement. Ces relations travailler de concert avec nos partenaires de Un de nos points forts est notre aptitude à



internationales. les industries avicole et ovocole en matière de négotiations commerciales de bon augure pour nos activités futures, comme notre collaboration avec l'Agriculture et de l'Agroalimentaire un aperçu pancanadien. Cette force est problèmes au fur et à mesure qu'ils se présentent et de fournir au ministre de positives nous permettent de mieux comprendre les enjeux, de traiter les

l'industrie nationale. assurera un appui plus soutenu aux activités de promotion et de recherche de avec l'Office afin d'établir un prélèvement sur les importations de bœuf, ce qui national de l'Office—un pas en avant essentiel. Nous poursuivrons notre travail (OCRDMPBB). En 2005, le Conseil a approuvé le premier prélèvement de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie gestion de l'offre, nous travaillons également avec l'Office canadien de recherche, Bien que la plupart de nos affaires concernent les quatre offices nationaux de

cheminement jusqu'en 2009. du Plan stratégique, 2003-2006, nous avons renouvelé le plan et planifié notre commercialisation des produits agricoles. Après avoir réalisé la plupart des objectifs et mis en place un processus pour rationaliser l'application de la Loi sur la rendement. De même, nous avons amélioré le manuel de gouvernance moderne et en mettant en application le cadre de mesure de la planification et du Nous avons revitalisé la gestion stratégique en adoptant la fonction de contrôle mis au point un ensemble de mécanismes de résolution alternative des différends. amélioré notre façon de faire. Nous avons rationalisé les procédures de plaintes et A la lecture du présent document, vous constaterez que nous avons beaucoup

> APERÇU PANCANADIEN. L'AGROALIMENTAIRE UN DE L'AGRICULTURE ET DE DE FOURNIR AU MINISTRE QU'ILS SE PRÉSENTENT ET AU FUR ET À MESURE DE TRAITER LES PROBLÈMES COMPRENDRE LES ENJEUX, PERMETTENT DE MIEUX RELATIONS POSITIVES NOUS сопуевиемент. Сеѕ DE L'INDUSTRIE ET DU AVEC NOS PARTENAIRES TRAVAILLER DE CONCERT A STITUDE A STITUDE A UN DE NOS POINTS FORTS

23356.

TABLE DES MATIÈRES

50	COORDONNÉES DES INTERVENANTS ET
61	CADRE LÉGISLATIF
18	PERSPECTIVES D'AVENIR
ΔI	L'encéphalopathie spongiforme bovine (ESB)
ΔI	La grippe aviaire (GA)
91	Négociations de l'Organisation mondiale du commerce (OMC)
91	Questions de l'heure dans l'industrie
ŞI	Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie (OCRDMPBB)
SI	Office canadien de commercialisation des œufs d'incubation de poulet à chair (OCCOIPC)
EI	Office canadien de commercialisation des œufs (OCCO)
17	Producteurs de poulet du Canada (PPC)
II	Office canadien de commercialisation du dindon (OCCD)
II	Revue des offices
11	ÉTAT DE L'INDUSTRIE
10	Initiatives en matière de communication
6	Au-delà des frontières canadiennes
6	Application de la Loi sur la commercialisation des produits agricoles
<u></u>	Accords fédéraux-provinciaux (AFP)
9	Plaintes
9	Affaires du Conseil
9	EXAMEN DU CONSEIL
7	MESSAGE DE LA PRÉSIDENTE

NOISSIM

Notre mission consiste à veiller à ce que le système national de gestion de l'offre pour la volaille et les œufs de même que l'Office canadien recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie travaillent dans le meilleur intérêt de tous les intervenants;

6 10

promouvoir la force des secteurs de l'agroalimentaire à l'égard desquels le Conseil a une responsabilité.

TAGNAM

Notre mandat consiste à :

leur sulet;

- conseiller le ministre sur les questions relatives à la création et au fonctionnement des offices prévus par la présente loi en vue de maintenir ou promouvoir l'efficacité et la compétitivité du secreur agricole;
- contrôlet l'activité des offices afin de s'assurer qu'elle est conforme aux objets;
- travailler avec les offices à améliorer l'efficacité de la commercialisation
 des produits agricoles offerts sur les marchés interprovincial, d'exportation
 et, dans le cas d'un office de promotion et de recherche, sur le marché
 d'importation ainsi que des activités de promotion et de recherche à
- consulter régulièrement les gouvernements de toutes les provinces ayant intérêt à la création ou à l'exercice des pouvoirs d'un ou de plusieurs offices dans le cadre de la présente loi.

PORTEFEUILLE D'AGRICULTURE ET AGROALIMENTAIRE

Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC)

Conseil national des produits agricoles (CUPA)

Commission canadienne du lait (CCL)

Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA)

Commission canadienne des grains (CCG)

Financement agricole Canada (FAC)

Edifice Canada

10° étage, 344, rue Slater Ortawa (Ontario) KIR 7Y3

: deW ori? brtg://www.nfpc.ca so.cas.gr.ge@dewordin : loiriuo

© Ministère des Travaux publics et des Services gouvernementaux Canada, 2006

No de cat. A99-2/2005 ISBN: 0-662-69366-3

5005 EN BENNE VCKICOFES CONSEIT NYLIONYT DES BRODOLLS









